

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA REGIONÁLNÍ A ENVIRONMENTÁLNÍ EKONOMIKY

Turistický potenciál města Ostravy

Tourism potential of Ostrava

Student:

Bc. Zdena Bobková

Vedoucí diplomové práce:

doc. Ing. Jan Sucháček, Ph. D.

Ostrava 2011

Místopřísežné prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že diplomovou práci na téma „Turistický potenciál města Ostravy“ jsem vypracovala samostatně včetně příloh, a to s použitím literatury, kterou uvádím v přiloženém seznamu.

V Ostravě dne

Podpis

Na tomto místě bych chtěla poděkovat doc. Ing. Janu Sucháčkovi, Ph.D. za jeho cenné rady a připomínky na konzultacích v průběhu zpracování diplomové práce.

OBSAH

ÚVOD	3
1 TURISMUS A JEHO VLIV NA UDRŽITELNÝ ROZVOJ	6
1.1 ZÁKLADNÍ POJMY	6
1.1.1 TURISMUS	6
1.1.2 UDRŽITELNÝ ROZVOJ	6
1.1.3 UDRŽITELNÝ TURISMUS	7
1.1.4 PODOBY UDRŽITELNÉHO TURISMU	7
1.1.5 CESTOVNÍ RUCH	9
1.1.6 POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU	10
1.1.7 TURISTICKÁ A TECHNICKÁ ATRAKTIVITA CESTOVNÍHO RUCHU	12
1.1.8 CZECH TOURISM A JEHO PŮSOBNÍ	12
1.2 DESTINAČNÍ MANAGEMENT	13
1.2.1 DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU	13
1.2.2 DESTINAČNÍ MANAGEMENT	14
1.3 MARKETING OBCE	14
1.3.1 MARKETING	14
1.3.2 MARKETING MĚST A OBCÍ	15
1.4 TURISTICKÁ OBLAST	17
1.4.1 TURISTICKÁ OBLAST OSTRAVSKO	17
2 PROFIL MĚSTA A JEHO IMAGE	20
2.1 HISTORIE STATUTÁRNÍHO MĚSTA OSTRAVA	20
2.2 FYZICKO – GEOGRAFICKÁ CHARAKTERISTIKA MĚSTA	23
2.3 SOCIÁLNÍ A DEMOGRAFICKÁ CHARAKTERISTIKA OSTRAVY	25
2.4 VYBRANÉ HOSPODÁŘSKÉ ASPEKTY MĚSTA	28
2.5 CESTOVNÍ RUCH A JEHO ASPEKTY	30
2.6 DOPRAVA A TECHNICKÁ INFRASTRUKTURA	33
2.6.1 SILNIČNÍ DOPRAVA	34
2.6.2 ŽELEZNIČNÍ DOPRAVA	35
2.6.3 LETECKÁ DOPRAVA	36
2.6.4 MĚSTSKÁ HROMADNÁ DOPRAVA	36
2.6.5 CYKLISTICKÉ TRASY A STEZKY	37
2.7 IMAGE MĚSTA, JEHO PROPAGACE A VNÍMÁNÍ MĚSTA OSTRAVY	38
2.8 SWOT ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU MĚSTA OSTRAVY	41

3 VYBRANÉ ATRAKTIVITY MĚSTA A JEJICH VYUŽÍVÁNÍ **44**

3.1	VYHLÍDKOVÁ VĚŽ NOVÉ RADNICE	44
3.1.1	NÁVŠTĚVNOST A VYUŽITÍ VYHLÍDKOVÉ VĚŽE	45
3.2	DOLNÍ OBLAST VÍTKOVIC	48
3.2.1	HISTORIE AREÁLU	48
3.2.2	NÁVŠTĚVNOST A VYUŽITÍ DOLNÍ OBLASTI VÍTKOVIC	50
3.3	NÁRODNÍ KULTURNÍ PAMÁTKA DŮL MICHAL	52
3.3.1	HISTORIE AREÁLU NKP DŮL MICHAL	52
3.3.2	NÁVŠTĚVNOST A VYUŽITÍ AREÁLU DOLU	53
3.4	HORNICKÉ MUZEUM V OSTRAVĚ-PETŘKOVICÍCH – LANDEK PARK	55
3.4.1	HISTORIE LANDEKU A HORNICKÉHO MUZEA	56
3.4.2	NÁVŠTĚVNOST A VYUŽITÍ AREÁLU MUZEA	57
3.5	HODNOCENÍ POTENCIÁLU CESTOVNÍHO RUCHU V TO OSTRAVSKO	59
3.6	TEMATICKY ZAMĚŘENÝ SOUBOR NAUČNÝCH STEZEK	62
3.7	TURISTICKÉ SLEVOVÉ KARTY – MĚSTSKÉ SLEVOVÉ KARTY	64

ZÁVĚR **67**

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

SEZNAM ZKRATEK

PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE

SEZNAM PŘÍLOH

SEZNAM OBRÁZKOVÝCH PŘÍLOH

Úvod

Ostrava je třetím největším městem v České republice s výjimečným historickým vývojem ovlivněným především průmyslem. Její poloha v severovýchodním cípu České republiky se může jevit jako nevýhodná, ale opak je pravdou. Tato moravskoslezská metropole se nachází na důležitém silničním a železničním dopravním uzlu, který ji spojuje jak se zbytkem republiky, tak s polskými i slovenskými sousedy. To úměrně podmiňuje zvýšení návštěvnosti tohoto regionu a rozvoj cestovního ruchu a zájmu o tento region.

Téma turistického potenciálu města Ostravy jsem si zvolila z několika důvodů. Především v Ostravě již dlouhou dobu žiji, studuji a pracuji a za tu dobu jsem stihla město i jeho okolí velmi dobře poznat. Zároveň je pro mě důležité, aby se Ostrava nadále rozvíjela a aby stoupl zájem o tuto turisticky atraktivní metropoli, a proto jsem v této práci navrhla nová řešení, jak zvýšit návštěvnost a atraktivitu regionu a podnítit zájem lidí o Ostravu.

V práci se budu zabývat především turistickým potenciálem Ostravy, jeho turistickými atraktivitami a image města, jak se prezentuje navenek a jak lidé z ostatních regionů v České republice vnímají toto město s průmyslovou historií. V jednotlivých částech práce bude zachycena historie města a památek, aby čtenář pochopil a poznal nejen významnost města, ale i jeho charakteristiku a specifika, která je možné dobrým marketingem a řízením zúročit a prodat.

Marketingová prezentace cestovního ruchu města je důležitá, a pokud je správně propracovaná a efektivní, je výsledkem zvýšení počtu návštěvníků příchod nových zájemců o danou lokalitu. V současné době, ačkoli je snaha Ostravy zřejmá, se stále nedaří naplnit cíle v podobě rostoucího počtu návštěvníků. Některé památky, ačkoli mají co nabídnout a jsou ve své podstatě atraktivní, ztrácejí návštěvníky jen kvůli špatné propagaci a např. i kvůli omezení otevírací doby (viz příklad Dolní oblasti Vítkovic, která je pro veřejnost otevřena jen o víkendech, přes týden je možnost pouze organizovaných a předem objednaných prohlídek).

Zatímco Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Ostravsko se zabývá analýzou turistické oblasti a obsahuje i část návrhovou. Jsou v ní obsažené body spíše obecného charakteru, které je potřeba vylepšit, investovat do

nich apod. Tato práce je zaměřena na konkrétní dva výstupy a návrhy – naučné stezky a turistické slevové karty.

Hlavním cílem této práce je charakterizovat a vyhodnotit Ostravu a její potenciál s ohledem na cestovní ruch, zaměřit se na to, co svým potenciálním návštěvníkům nabízí v rámci cestovního ruchu, a na jaké cílové skupiny se zaměřit především.

Výstupem práce jsou návrhy a doporučení, jak zlepšit situaci památek, jejich využití a propagaci.

Práce je konstruována jako analýza a zhodnocení turistického potenciálu města Ostravy, jejímž dílčím cílem je najít řešení, které by posílilo a podpořilo potenciál a turistickou hodnotu města i jeho okolí.

V práci jsou použity převážně kvalitativní metody výzkumu v podobě strukturovaných a polostrukturovaných rozhovorů se zástupci města či vybraných turistických atraktivit na území města Ostravy. U kvantitativních metod byla využita druhotná data, především statistiky a výzkumy prováděné ČSÚ, Moravskoslezským krajem nebo statutárním městem Ostrava. Práce je doplněna mnohými osobními poznatky a zkušenostmi z praxe.

Pro zpracování diplomové práce byl důležitým krokem správný výběr tématu, volba metod pro zpracování, definování cíle práce, teoretický výzkum, sběr dat a informací a konečné zpracování tématu do finální podoby.

Podstatou práce je charakterizovat a přiblížit čtenáři problematiku turismu v Ostravě tak, aby jí snadno porozuměl, zorientoval se a pochopil smysl a význam turismu ve městě i v regionu.

Základem byl vhodný výběr metod zpracování informací a odpovídající volba cíle a konzultace s vedoucím práce a s odborníky, kteří se v praxi touto problematikou zabývají.

První kapitola byla zpracována po studiu teorie dotýkající se přímo cestovního ruchu a jeho vlastního potenciálu. Nejdříve byly vytyčeny pojmy, týkající se problematiky cestovního ruchu apod., následovalo studium literatury a její zpracování, doplněné mnoha citacemi nejvýstižněji definujícími daný pojem.

Samotný metodický postup zpracování práce je tvořen následovně:

- a) výběr tématu, cíle a konzultace s vedoucím práce, stanovení zaměření práce a jejího obsahu

- b) shromažďování a výběr literatury, vhodných informačních zdrojů
- c) zpracování teoretické části práce
- d) setkání a rozhovory s odborníky, kteří se pohybují v oboru (cestovní ruch a marketing) a provozovateli či průvodci vybraných turistických atraktivit na území města
- e) zpracování praktické části práce, návrh opatření pro zlepšení a rozvoje turismu v Ostravě a zlepšení komunikace mezi městem a památkami navzájem

V práci byly použity analytické a aplikační přístupy, metody srovnání a využití nástrojů marketingového mixu, metody syntézy a celá práce byla obohacena vlastními názory, doporučeními a připomínkami.

V první části definuji základní teoretické pojmy, jako je turismus, udržitelný rozvoj a potenciál. V dalších částech je představeno město s ohledem na turismus a cestovní ruch a dále je práce zaměřena na vybrané turistické atraktivity. V závěru jsou doporučení, jak docílit ještě lepší a efektivnější propagace města v kraji či v celé České republice a jaké služby či produkty může Ostrava v budoucnu svým návštěvníkům nabídnout.

1 Turismus a jeho vliv na udržitelný rozvoj

V první kapitole jsou definovány nejdůležitější pojmy, které se přímo dotýkají a souvisí s problematikou cestovního ruchu, potenciálu uvnitř regionů, marketingem obcí a destinačním managementem. Teoretické vědomosti z této kapitoly budou v dalších částech práce rozvíjeny a doplňovány o poznatky z praxe. V první kapitole je rovněž vymezen turistický region Ostravsko, kterého se práce bude nejvíce dotýkat.

1.1 Základní pojmy

1.1.1 Turismus

Podle J. Sucháčka a J. Malinovského (Ostrava 2006) je *turismus* definován jako: „Komplexní společenský jev, souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejnoprávních aktivit a reakce místní komunity a ekosystému na uvedené aktivity.“¹

1.1.2 Udržitelný rozvoj

Za udržitelný rozvoj se považuje rozvoj, který zachová současným i budoucím generacím možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby a zároveň nesnižuje rozmanitost a pestrost přírody a zachovává běžné funkce ekosystémů.

Podle odborné literatury jde o takový rozvoj, který zachovává rovnováhu mezi sociálním, ekonomickým a ekologickým rozvojem.

Udržitelný rozvoj se snaží, pokud ho budeme zkoumat z ekonomického hlediska, maximalizovat čisté výnosy, ovšem rozsah služeb a kvalita přírodních zdrojů musí zůstat v čase zachovány. Stejně tak s ohledem na vyčerpání obnovitelných zdrojů, ty mohou být čerpány jen do výše své regenerační schopnosti.

¹ MALINOVSKÝ, Jan; SUCHÁČEK, Jan. Velký anglicko-český slovník regionálního rozvoje a regionální politiky Evropské unie. 1. vydání. Ostrava: VŠB – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA, 2006. 1 000 s. ISBN 80-248-1117-0.

1.1.3 Udržitelný turismus

Turismus hraje významnou roli v rámci udržitelného rozvoje. Odborníci se shodují na tom, že problémy týkající se cestovního ruchu nadále rostou a představují tak možné ohrožení týkající se sociální, ekonomické a environmentální sféry v rámci turistických destinací.

Podle odborníků je „udržitelný turismus založen na několika principech:

1. *Přírodní a kulturní prostředí má svou vnitřní hodnotu a jeho ochrana je základem pro dlouhotrvající úspěch.*
2. *Vztah mezi turismem a prostředím, jak přírodním, tak také kulturním, musí být koncipován tak, aby byl dlouhodobě udržitelný.*
3. *Turismus může vylepšovat unikátní přírodní a kulturní prvky.*
4. *Turistické aktivity by měly plně respektovat a reflektovat přírodní prostředí.*
5. *Únosná kapacita prostředí by měla být hlavní úvahou při řízení ochrany přírodního a kulturního dědictví.*
6. *Mělo by být dosaženo vyváženosti mezi potřebami návštěvníků, prostředím a místními obyvateli.*
7. *Zapojení místních do procesu plánování udržitelného turismu je základní pro harmonii mezi turismem a místním obyvatelstvem.*²

1.1.4 Podoby udržitelného turismu

Udržitelný turismus může mít několik podob. Mezi nejčastější z nich patří:

- 1) **Venkovský cestovní ruch** – zahrnuje v sobě aktivity, které by měly probíhat v souladu s přírodou, krajinou a prostředím na venkově. V rámci tohoto typu turismu je možné využívat zejména společenský a kulturní prostor venkova, tím je myšleno chataření či chalupaření nebo jednorázové pobyty na venkově (poukázání na místní krásy, kulturu a tradice). Tato forma turismu u nás není ještě zdaleka rozšířena tak, jako v zahraničí.
- 2) **Agroturistika** – jedná se o způsob aktivního trávení dovolené, která navíc nabízí možnost práce na farmě a se zvířaty, je tedy vázána na zemědělské usedlosti nebo farmy. Do tohoto typu udržitelného turismu patří i jízda na koni nebo na kole.

² Udržitelný turismus a jeho podoby. [online]. 2010 [cit. 2010-06-07]. Dostupný z WWW: <<http://www.enviport.cz/udrzitelny-turismus-a-jeho-20540.aspx>>.

- 3) **Ekoagroturismus** (ekoagroturistika) – jedná se o podtyp agroturistiky, která se provozuje na ekologických farmách.
- 4) **Ekoturismus** (ekoturistika) – forma cestovního ruchu, jejíž hlavním cílem je vzdělávání návštěvníků v oblasti udržitelného rozvoje a ohleduplnosti k životnímu prostředí. Přesná definice ekoturismu (podle Mezinárodní ekoturistické společnosti) je následující „ekoturismus = zodpovědná forma turismu do přírodních areálů, která chrání životní prostředí a udržuje prosperitu místních obyvatel“.³ V České republice není tato forma turismu rozšířena.
- 5) **Trvale udržitelný turismus** – respektuje kulturu a způsob života místních obyvatel, je šetrný k životnímu prostředí, tvoří vyrovnanost mezi produkcí a spotřebou, zachovává přírodní a kulturně-historické dědictví. Jedná se o kombinaci ochrany životního prostředí a ekonomického rozvoje. Odborníci definují tuto podobu turismu jako „formu rozvoje nebo managementu turistické aktivity, která zajišťuje dlouhodobou ochranu a zachování přírodních, kulturních a sociálních zdrojů a přispívá pozitivním a spravedlivým způsobem k ekonomickému růstu a k dobrému soužití jedinců, žijících, pracujících nebo navštěvujících chráněné území“.⁴
- 6) **Geoturismus** – udržuje geografický charakter oblasti a napomáhá jejímu životnímu prostředí, dědictví, estetice, kultuře a prosperitě místních obyvatel. Za geoturistu se považuje člověk, který respektuje místní kulturu, tradice a zvyky, v dané destinaci se zdržuje delší dobu (nejedná se o jednorázové a jednodenní výlety) a upřednostňuje kvalitu před kvantitou prožitků.
- 7) **Komunitní cestovní ruch** – jedná se o druh cestovního ruchu, který je založen na nabídce aktivit místních obyvatel, jejich tradicích, zvycích, kultuře, místních řemeslech a jeho realizace vychází z místní ekonomické struktury a infrastruktury.

³ Udržitelný turismus a jeho podoby. [online]. 2010 [cit. 2010-06-07]. Dostupný z WWW: <<http://www.enviport.cz/udrzitelny-turismus-a-jeho-20540.aspx>>.

⁴ Udržitelný turismus a jeho podoby. [online]. 2010 [cit. 2010-06-07]. Dostupný z WWW: <<http://www.enviport.cz/udrzitelny-turismus-a-jeho-20540.aspx>>.

1.1.5 Cestovní ruch

Cestovní ruch (dále CR) nemá jasnou definici a každý autor, který se zabývá problematikou turismu či cestování, ho definuje jinak. Obecně se jím rozumí způsob, jakým jsou uspokojovány potřeby lidí v oblasti turistiky, lázeňství, rekreace a kultury. Jedinou podmínkou je, že pokud je cestovní ruch považován za službu, musí být bezpodmínečně spotřebováván mimo běžné prostředí a ve volném čase obyvatel. Jedná se o přesunutí osob z místa jejich trvalého bydliště do místa, kde spotřebovávají služby spojené s cestovním ruchem a pobytem v daném místě.

V minulých letech vzrostl zájem o nové alternativní formy cestovního ruchu, např. o cykloturistiku, venkovskou turistiku či návštěvu tématicky uzpůsobených tras, které jsou zaměřovány na historické, kulturní, technické a přírodní památky.

Cestovní ruch má schopnost pomáhat rozvoji, který na jednu stranu upevňuje ráz a funkčnost krajiny, posiluje identitu a sociální vazby místních komunit a může tak kladně ovlivnit místní ekonomiky, nebo naopak negativně ovlivnit krajinu.

Cestovní ruch dělíme dále podle⁵:

- délky trvání – krátkodobý a dlouhodobý
- rozložení během roku – celoroční a sezónní
- teritoriálního rozmístění – domácí, zahraniční a příhraniční
- vlivu na životní prostředí – měkký a tvrdý
- využívání zdrojů – masově konzumní a alternativní
- organizovanosti návštěvníků – neorganizovaný a organizovaný
- hromadnosti – individuální a hromadný

Mezi základní **formy cestovního ruchu** podle motivace návštěvníků patří jeho dělení na tematické, rekreační, kulturní, kongresové, etnické, sportovní, religiózní, krajanské a léčebné formy a poznávací turistiku.

Cestovní ruch by měl představovat ucelený proces uspokojování potřeb všech svých účastníků a poskytovatelů služeb CR. Měl by být založen především na dlouhodobém hospodárném využívání, ochraně a rozvoji potenciálu prostředí, sportovní, dopravní, městské, komunikační a další infrastruktury a společenských jevů.

⁵ PÁSKOVÁ M.; ZELENKA J. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2002 448 s. ISBN 80-239-0152-4.

Dalším pojmem přímo se dotýkajícím cestovního ruchu, je **region cestovního ruchu**. Autoři Sucháček a Malinovský (Ostrava, 2006) jej definují jako územní celek převážně stejných (homogenních) přírodních podmínek, vlastností a předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu a rekreace.

Organizace cestovního ruchu je soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci.⁶ Výsledkem dobře koordinovaného a propracovaného procesu organizace cestovního ruchu v regionu, jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu, společná cenová politika, značka kvality, společné logo, sběr statistických dat a provádění výzkumů, které vedou k dalšímu zlepšování kvality a vyšší míře uspokojení potřeb návštěvníků daného regionu.

1.1.6 Potenciál cestovního ruchu

Turistický potenciál cestovního ruchu definuje Jan Bína ve svém článku „Hodnocení potenciálu cestovního ruchu obcí České republiky“ jako „formalizovaný výsledek zhodnocení co možná komplexního okruhu lokalizačních podmínek a předpokladů pro další možný rozvoj cestovního ruchu“.⁷

Turistický potenciál regionu tvoří především tři skupiny faktorů:

1. Selektivní (stimulační) faktory
2. Lokalizační faktory
3. Realizační faktory

Ad. 1) Selektivní (stimulační) faktory

- *objektivní* – především politická situace uvnitř regionu, demografická struktura, ekonomické předpoklady, kvalita životního prostředí, životní úroveň obyvatelstva, trávení volného času obyvatel
- *subjektivní* – vliv propagace a reklamy na daný region, aktuální trendy, zážitky a zkušenosti lidí, kteří už daný region navštívili

⁶ Turistický potenciál regionů. [online]. 2010 [cit. 2010-10-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/2-turisticky-potencial-regionu/>>.

⁷ BÍNA Jan. Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky. Časopis „Urbanismus a územní rozvoj“. Ročník V – číslo 1/2002

Ad. 2) Lokalizační faktory

- *přírodní* – podnebí, hydrologické poměry, geologie, flóra a fauna
- *společenské* – architektonické stavby (hrady a zámky), sídelní komplexy (městská jádra), památníky, sakrální stavby, muzea, galerie, knihovny, divadla, hudební sály, kina, hudební a divadelní či filmové festivaly, pravidelně pořádané sportovní akce, konference, kongresy aj.

Ad. 3) Realizační faktory

- mají převládající význam při konečné fázi realizace cestovního ruchu
- dopravní prostředky a ubytovací a stravovací zařízení v regionu

Jan Bína ve svém článku rozebírá možnosti a podmínky, za jakých se dané území stává vyhledávaným cílem turistů a cestovního ruchu. Podle autora musí daná oblast vykazovat určité známky a předpoklady turismu a vlastního potenciálu (rozmanitost, charakter typický pro danou oblast). Autor sám člení dvě skupiny podmínek – lokalizační a realizační podmínky.

Lokalizační podmínky cestovního ruchu znázorňují atraktivitu místní přírody a krajiny nebo místní kulturní hodnoty a zajímavosti. Celkově vytvářejí složitý systém, který dohromady tvoří několik segmentů. Lokalizační podmínky se vyskytují ve třech hlavních formách:

- a) vhodnost krajiny pro určitou aktivitu cestovního ruchu – tato forma je vázána na prostředí a přírodní podmínky daného území (vhodnost krajiny pro cykloturistiku, vodní sporty, zimní sporty, aj.)
- b) určitá relativně fixní danost, která v obci existuje a je atraktivní pro návštěvníky – kulturní a historické památky, muzea, aj.
- c) kulturní, sportovní a jiné akce, které jsou v obcích pořádány a navštěvují je účastníci (diváci) odjinud – může se jednat o akce pravidelného charakteru, nebo naopak o mimořádné akce, které ale vyvolají návštěvnost dané lokality z jiných regionů či obcí, nebo také ze zahraničí

Realizační podmínky cestovního ruchu dovolují realizaci vlastních nároků účastníků turismu. Tyto podmínky dále rozdělujeme na dopravní (časová dostupnost) a materiálně technické dispozice (vybavenost území ubytovacími, stravovacími,

sportovními a zábavními kapacitami). Kapacity těchto zařízení nám ukazují, jaké množství návštěvníků může dané území využívat v konkrétním čase.

Pro posuzování potenciálu cestovního ruchu mají větší vypovídací schopnost lokalizační podmínky, na rozdíl od realizačních, jelikož u lokalizačních podmínek se posuzuje vhodnost jednotlivých území pro cestovní ruch.

1.1.7 Turistická a technická atraktivita cestovního ruchu

Z důvodu velké koncentrace technických památek je v práci uveden i termín „turistická a technická atraktivita cestovního ruchu. Pod tímto pojmem si představíme místo či nějakou budovu, která nás na první pohled zaujme. Obecně však tento pojem označuje zajímavou součást přírody, či objekty, jež jsou využívány pro sportovní, kulturní nebo společenské akce, události, které přitahují účastníky a zájemce o koncerty či představení, aj. Tato místa a lokality jsou přirozenou součástí infrastruktury cestovního ruchu.

Technickou atraktivitou bývá označována především stavba nebo technické zařízení, jež může, ale nemusí být již funkční, a které je jedinečné svým významem nebo zajímavé svým provedením a v dané lokalitě vyčnívá. Svou velikostí, designem, či historickým významem vyniká a přitahuje pozornost návštěvníků. Technické atraktivity se v poslední době stále více dostávají do povědomí lidí cílenou propagací. Trendy v návštěvě technických památek a atraktivit mají neustále zvyšující se tendenci.

1.1.8 CzechTourism a jeho působení⁸

Česká centrála cestovního ruchu, jinak zvaná také jako CzechTourism, je státní příspěvková organizace Ministerstva pro místní rozvoj ČR, která byla zřízena již v roce 1993 a jejím hlavním smyslem a účelem je propagovat Českou republiku jako atraktivní turistickou destinaci na zahraničním i domácím trhu. S organizací spolupracují regiony, kraje, města, obce a podnikatelské subjekty v oblasti turismu a jeho dalšího rozvoje.

Hlavní zaměření CzechTourismu spočívá zejména v oblasti propagace konkrétních sfér cestovního ruchu, především lázeňství, gastronomie, kongresové turistiky, historie

⁸ CzechTourism. [online]. 2010 [cit. 2010-11-05]. Dostupný z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/>>.

a nově v oblastech zážitkové a aktivní dovolené, a to v rozsahu příjezdového i domácího cestovního ruchu. CzechTourism rovněž propaguje regionální akce, které vybírá společně v součinnosti se zástupci krajů a jeho hlavní aktivity a priority se orientují na české regiony a na zvyšování jejich návštěvnosti.

Mezi další činnosti této organizace patří rovněž prezentace České republiky a jejích turistických regionů v reklamních kampaních, televizi, tisku, propagačních materiálech a na domácích i zahraničních veletrzích.

Mezi okrajové činnosti patří rovněž statistická a marketingová šetření návštěvnosti regionální i celorepublikové, pořádání seminářů a regionálních prezentací, marketingová podpora podnikatelů, příprava projektů a reklamních kampaní, spolupráce s organizacemi zabývajících se cestovním ruchem v regionech a provozem informačních center, jimiž je zřizovatelem.

1.2 Destinační management

1.2.1 Destinace cestovního ruchu

Výkladový slovník cestovního ruchu (Pásková, Zelenka, 2002) definuje **destinaci cestovního ruchu**:

- v užším smyslu jako cílovou oblast v daném regionu, pro níž je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu,
- v širším smyslu ji chápe jako země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.

Na destinaci CR se můžeme dívat ze dvou pohledů:

- *geografického* – území, které má svá specifika, ale není nijak ohraničeno administrativním členěním či hranicemi
- *marketingového* – produkt cestovního ruchu (komplexní soubor nabídek poskytovatelů služeb CR)

Všeobecně pro destinaci platí, že čím vzdálenější je cíl cesty návštěvníka do dané destinace, tím je destinace definována v širším měřítku, a zároveň čím úžeji je specifikován důvod cesty, tím menší se destinace jeví.

Pokud se budeme dívat na oba pohledy vnímání systematicky, vychází nám systém poskytovatelů služeb, kteří jsou ovlivňováni okolím, ve kterém působí. Destinace tedy všeobecně představuje samotný produkt CR, který má své konkurenty, a proto je velmi důležitá volba správné strategie na jeho řízení.

1.2.2 Destinační management

Destinační management je možné chápat jako „soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci“⁹. Výsledkem takového procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty CR, společně sdílené logo, značka kvality, společný informačně rezervační systém, tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti cestovního ruchu, iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru CR i podpora vzniku profesních spolků, sdružení a organizací.

Součástí destinačního managementu je návštěvnický management, který představuje spektrum rekreačních příležitostí a možností využití v dané destinaci.

1.3 Marketing obce

1.3.1 Marketing

Autorky knihy „Marketing měst a obcí“ (Vašítková, Janečková) definují pojem marketing jako „dosahování cílů organizace prostřednictvím uspokojování potřeb zákazníků“.¹⁰ Firma uspokojuje zákaznické potřeby pomocí nástrojů, které si sama uzpůsobí a vytvoří si z nich tzv. marketingový mix. Ten tvoří 4 prvky – produkt (product), cena (price), místo (place), podpora prodeje (promotion).

⁹ PÁSKOVÁ M.; ZELENKA J. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2002 448 s. ISBN 80-239-0152-4.

¹⁰ JANEČKOVÁ, Lidmila; VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. Marketing měst a obcí. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 1999. 184 stran + 2 přílohy. ISBN 80-7169-750-8.

1.3.2 Marketing měst a obcí

Na municipální úrovni se marketingový mix liší od klasického marketingu hned v několika bodech.

Snahou každé obce je odlišit se od ostatních subjektů, a získat tak konkurenční výhodu, přilákat do svého katastru více investorů a turistů a získat zájem místních obyvatel. Základními odlišnostmi municipálního marketingu (marketing obcí) a firemního marketingu je oblast působení. Zatímco firma se snaží zapůsobit na celý trh a prezentovat se tak, působení městského marketingu by mělo korespondovat s administrativními hranicemi města, ale jeho účinnost by měla sahát až za ně. Kvalitní městský marketing dokáže přilákat návštěvníky i z velkých dálek. Městští zastupitelé by měli rozhodovat v zájmu města jako celku a tím snížit riziko konfliktu či střetu zájmů v obci. Další odlišností je, že v rámci města se pohybuje mnohonásobně méně aktérů než na trhu firem, tudíž se jedná o více uzavřený celek.

Teritoriální marketing je poměrně nový obor a vznikl spojením dvou dříve relativně samostatných společenských disciplín, které se postupně přetvořily – jedná se o spojení dvou vědních disciplín – regionálního rozvoje a marketingu.

Uplatnění teritoriálního marketingu se uskutečňuje ve dvou oblastech. Jedná se o:

- **rozvoj služeb pro místní obyvatelstvo** – roli zákazníka zde znázorňuje občan, který jakožto plátce daní má právo na využívání kvalitních veřejných služeb a vytváří tak stranu poptávky. Obce a regiony jsou na straně nabídky a snaží se tedy zákazníkovi (občanovi) nabídnout co nejvyšší služby.
- **rozvoj obce nebo regionu jako celku** – v této oblasti se konkurence, která panuje mezi obcemi a regiony, velmi podobá konkurenci mezi firmami. Marketing je zde tedy velmi vhodným nástrojem, jak zvýšit konkurenceschopnost oblasti vůči ostatním regionům a dát tak předpoklad k zisku konkurenční výhody.

Marketingový mix obce nebo regionu je souhrnem nástrojů, kterých management obce či regionu může využívat k přizpůsobení svého produktu, či k odlišení od konkurenčních produktů, k jeho ocenění a mnohdy také ke zhodnocení.

Každá obec či region představuje sama o sobě velmi složitý produkt. Skládá se z hmotných i nehmotných prvků. Právě složitost produktu obcí je příčinou, proč se základní marketingový mix používaný pro firmy, musel rozšířit o další tři prvky – jedná se o lidský faktor, materiální prostředí a procesy. V případě obcí je vhodné připojení ještě osmého nástroje – partnerství.

Marketingový mix obce se sestává z následujících částí¹¹:

- **Produkt:** rozsah, kvalita, úroveň, image, záruky, doplňkové služby
- **Cena:** úroveň, slevy, efektivnost nákladů, vnímání hodnoty služeb, diferenciac
- **Podpora prodeje:** reklama, osobní prodej, propagace, publicita
- **Místo:** umístění, přístupnost, způsob distribuce, flexibilita
- **Lidé:** zaměstnanec: vzdělání, výběr, přínosy, mezilidské vztahy, motivace; zákazníci: chování, kontakty se zákazníky
- **Materiální prostředí:** atmosféra a prostředí, zařízení, barevnost, rozmístění, úroveň hluku, atmosféra
- **Procesy:** politika, postupy, mechanizace, spolupráce se zákazníky, usměrňování zákazníků, hierarchie
- **Partnerství:** obyvatelé, soukromý sektor, neziskový i ziskový sektor.

V rámci řízení města je vhodné používat marketingový mix spíše jako podpůrný instrument a doplněk pro municipální management, jelikož existuje i několik úskalí jeho používání.

Těmi mohou být:

- dynamické a rychle se měnící prostředí v obci a v širokém okolí,
- specifčnost veřejných služeb (ne vždy lze uplatňovat jen tržní nástroje),
- rozhodovací procesy v obcích a regionech jsou uskutečňovány na jiných (např. celostátních) úrovních.

¹¹ JANEČKOVÁ, Lidmila; VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. Marketing měst a obcí. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 1999. 184 stran + 2 přílohy. ISBN 80-7169-750-8.

1.4 Turistická oblast

V této podkapitole je vymezen pojem turistický region a turistická oblast, jelikož jeho vymezení je relevantní pro další zpracování diplomové práce.

Turistickým regionem se označuje územní celek, jehož nabídka cestovního ruchu svým množstvím, kvalitou, rozmanitostí a atraktivitou vyvolává návštěvnost.¹² Celkově území disponuje potenciálem, který tvoří příhodné předpoklady pro realizaci konkurenceschopných produktů cestovního ruchu, které se potom stávají součástí národních produktů. Aby bylo docíleno řízeného rozvoje území v oblasti cestovního ruchu, je tato oblast spravována a řízena profesní odbornou organizací, která shromažďuje statistické informace za dané území, stará se o propagaci a marketing této oblasti.

Vymezování turistických regionů v České republice prošlo několika změnami, a to především kvůli novému rozdělení krajů, či úpravě území některých okresů. V letech 1998 – 1999 bylo vymezeno 15 turistických regionů, avšak v roce 2010 vešlo v platnost členění nové, které udává 17 turistických regionů na území ČR (viz obrázek č. 1). Mapa s přehledem veškerých turistických regionů v České republice je uvedena v příloze č. 1.

Turistické regiony se dále mohou členit na turistické oblasti. Ty se vyznačují převážně stejnými přírodními, kulturně-historickými podmínkami a vlastnostmi pro rekreaci a cestovní ruch. Stejně jako u turistických regionů je území řízeno a koordinováno profesní či jinou organizací, která shromažďuje statistické informace a stará se o rozvoj dané oblasti.

1.4.1 Turistická oblast Ostravsko

Území TO Ostravsko se nachází v turistickém regionu Severní Morava a Slezsko. Ten je na východě i západě ohraničen pohořím Beskyd a Jeseníků, avšak uvnitř turistického regionu Severní Morava a Slezsko se nacházejí rozsáhlé nížiny a nivy, které jsou situovány především v jeho střední části. V TO Ostravsko se nacházejí místa s velmi nízkou hustotou osídlení v kontrastu s druhou nejhustěji osídlenou aglomerací v České republice. Na území Moravskoslezského kraje je rovněž nejvyšší koncentrace chráněných území v ČR, ale naopak i nejvyšší koncentrace průmyslových podniků, které příliš zatěžují životní prostředí exhalacemi plynů a jinými škodlivinami.

¹² Turistický potenciál regionů. [online]. 2010 [cit. 2010-10-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/2-turisticky-potencial-regionu/>>.

Obrázek č. 1: Turistické regiony v České republice

Turistické regiony České republiky



Zdroj: Turistický potenciál regionů, <http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/2-turisticky-potencial-regionu/>

Turistický region Severní Morava a Slezsko je rozdělen do šesti turistických oblastí, a to podle vnitřní homogenity území, a také podle rozdílnosti tzn., jak je vnímají turisté.

Turistické oblasti turistického regionu Severní Morava a Slezsko:

- TO Jeseníky (rozděleno na dvě části – východ a západ)
- TO Poodří – Moravské Kravařsko
- TO Beskydy – Valašsko
- TO Těšínské Slezsko
- TO Opavské Slezsko
- TO Ostravsko

Turistická oblast Ostravsko, která bude předmětem dalšího zkoumání, je tvořena těmito územními celky:

- Statutární město Ostrava (celý okres Ostrava – město),
- Klímkovice (část okresu Nový Jičín),

- Vřesina (část okresu Ostrava – město), uvádí se samostatně, kvůli odlišnosti od samotného města Ostrava, je na něj soustředěna pozornost města v rámci podpory cestovního ruchu v TO Ostravsko,
- Čavišov, Dolní Lhota, Horní Lhota, Velká Polom (část okresu Opava).

Tato oblast je velmi dobře dopravně dostupná (dálnice D47, mezinárodní železniční koridor, letiště Mošnov) a leží v těsné blízkosti Polska a Slovenska. Dopravní dostupnosti turistických atraktivit bude věnována pozornost ve 2. kapitole v profilu města Ostravy.

2 Profil města a jeho image

Statutární město Ostrava je třetí největší metropole v České republice nacházející se v Moravskoslezském kraji, přímo na pomezí Moravy a Slezska. V minulosti bylo nazýváno „ocelovým srdcem republiky“, kvůli výrobě železa, v současnosti se však jedná o dynamicky se rozvíjející centrum služeb, průmyslu a cestovního ruchu. Díky dobré poloze a napojení na hlavní dopravní tahy může výrazně profitovat a získat tak nové investory.

Tato kapitola se zaměří na historický vývoj města a na jeho charakteristiky dotýkající se především cestovního ruchu.

2.1 *Historie statutárního města Ostrava*

Prvopočátky osídlení v místech, kde se dnes nachází Ostrava, můžeme hledat ve starší době kamenné. Před 25 tis. lety měli na vrchu Landek své tábořiště lovci mamutů. Podle archeologických nálezů, které osídlení dokládají, zde lovci mamutů používali uhlí ze slojí, které tady vycházejí na zemský povrch, jako palivo. Jedná se o první doložené použití černého uhlí na světě. Roku 1953 byla na Landeku objevena 48 mm vysoká soška, torzo ženské postavy, tzv. Petřkovická (Landecká) Venuše, která je na rozdíl od Venuše Věstonické, štíhlá. Osídlení na Landeku je možné doložit archeologickými nálezy pocházejícími z 8. století (pozůstatky hradiště slovanského kmenu Holasiců).

Historie samotného města sahá do středověku. První písemná zmínka o Ostravě, ovšem té Slezské, pochází z roku 1229, kdy ji prvně zmiňuje papež Řehoř IX. ve své listině. První zmínka o Moravské Ostravě pochází z roku 1267, kdy ji ve své závěti uvádí olomoucký biskup Bruno ze Schauenburku. O 12 let později je už Moravská Ostrava uváděna a vnímána jako město a důležitý bod v regionu, a to i díky tomu, že udělení statutu města zdvihlo Ostravě celkovou prestiž. V roce 1297 byl na soutoku řeky Lučiny a Ostravice vybudován Slezskoostravský hrad, který plnil obrannou funkci. Moravská Ostrava patřila pod hukvaldské panství, kterým byla podmaněna až do roku 1848. O něco starší, nežli hrad, je kostel sv. Václava, který pochází z poloviny 13. století. Původně se jednalo o románský kostel, který ale do základů vyhořel, a tak na konci 13. století byl na těchto základech postaven nový, gotický, který se dochoval v téměř původní podobě až do současnosti. Městské hradby nevznikaly spolu s výstavbou města, ale až o několik let

později, konkrétně v letech 1371 – 1376. Do města vedly 3 brány – Hlavní (v blízkosti kostela sv. Václava, dnes na místě stojí moderní budova Městské hradby), Přívozská (křížení ulic Přívozská a na Hradbách) a Hrabovská (později Vítkovická – křížení ulic 28. října a Vojanova). S rozvojem města je také spojena činnost radních. První radniční budova byla vybudována na dnešním Masarykově náměstí v roce 1539. Dříve se radní scházeli buď po domech, hospodách či na veřejných prostranstvích. V 16. století bylo celé Masarykovo (dříve Hlavní) náměstí lemováno podloubím, z něj je zachována pouze pasáž pod Starou radnicí. Původní zástavba není v současnosti nikde na náměstí patrná. Kvůli četným válkám (válečná tažení Dánů či Švédů, třicetiletá válka, atd.), požárům a morovým epidemiím, jimiž byla Ostrava častokrát postižena, se žádný z těchto měšťanských domů nezachoval.

Rok 1763¹³ velmi poznamenal město, jeho život i následný hospodářský vývoj. V údolí Burňa v části Slezské Ostravy se objevilo uhlí a přestože se s pravidelnou těžbou (hrabě Wilczek) začalo až roku 1787, dopady více než 200leté těžby černého uhlí jsou patrné dodnes.

Dalším mezníkem v průmyslové historii města, je rok 1828, kdy se v tehdejší vesnici Vítkovice (dnes – městská část Vítkovice) započalo s výrobou železa a zpracováním železné rudy. Hutě založil olomoucký arcibiskup Rudolf, po něm pojmenování – Rudolfova huť. Později se stal majitelem bankéř Salomon Mayer Rothschild a železářny se staly součástí Vítkovického horního a hutního těžářství, které spravovalo nejen produkci surového železa, ale zároveň i provozy s tím související.

Roku 1847 se Ostrava připojila na Severní dráhu Ferdinandovu (vybudování nádraží na Svinově a v Přívoze – dnešní hlavní nádraží) a město se tak stalo velmi významným průmyslovým centrem v Rakousku-Uhersku.

Obrovský rozmach průmyslu a přidružených výrob ve městě a blízkém okolí (v té době ještě Vítkovice nepatřily k Ostravě, jednalo se o samostatnou obec) způsobily

¹³ K objevu uhlí v Ostravě se váží dvě pověsti.

První z nich vypráví o hejtmanovi rakouského pěšího pluku, který odpočíval se svými vojáky v údolí Burňa při cestě do Haliče a objevil zde kámen, který hořel. O svém náhodném objevu uvědomil úřady, které mu potom daly svolení k těžbě černého uhlí.

Druhá pověst vypráví o ostravském kováři Keltičkovi, který vlastnil pole v údolí Burňa. Uprostřed jeho pole stál strom, což činilo jeho obdělávání těžší, a tak se Keltička rozhodl strom pokácet. Po odvalení kořenů se v zemi objevily kameny. Keltička s nimi obložil ohniště, ve kterém pálil větve z pokáceného stromu a k jeho údivu se kameny vznítily. Keltička tedy začal onen „černý kámen“ využívat ve svém řemesle a později se nechal zaregistrovat u příslušných úřadů.

Známější je pověst o kováři Keltičkovi, jelikož podmiňuje národní cítění a v době germanizace se o její propagaci velmi zasloužil vlastivědný spisovatel Jaromír Bukovanský, který se v silně poněmčené Ostravě snažil podnítit národní uvědomění zdejšího českého obyvatelstva.

příliv obyvatelstva. V roce 1830 čítala Moravská Ostrava cca 2 000 lidí, kdežto o padesát let později přesáhl počet obyvatel hranici 13 000. Hlavní příliv obyvatel byl z Polska a Rakousko-Uherska. Kvůli zvyšujícímu se počtu obyvatel se začaly budovat dělnické kolonie¹⁴. Díky přílivu obyvatel se v Ostravě začal budovat společenský a kulturní život, který byl velmi rozmanitý. Do skončení první světové války se město stalo důležitým správním, společenských a kulturním centrem regionu. Období po 1. světové válce bylo pro Ostravu významné v tom ohledu, že se začalo uvažovat o vzniku tzv. „Velké Ostravy“. Ta vznikla roku 1924 sloučením tehdy ještě samostatných obcí pod jednu¹⁵. Už jen samotným sloučením obcí se počet obyvatel Ostravy razantně zvýšil a tak bylo potřeba vybudovat administrativní zázemí, jako jsou banky, obchodní domy, správní úřady a jiné instituce, mimo jiné i novou radnici, jelikož ta stávající (z 16. století) již nevyhovovala novodobým poměrům. Začalo se s výstavbou nové, funkcionalistické a mnohonásobně větší správní budovy, jejíž výstavba byla dokončena roku 1930.

Život ve městě ovlivnila světová hospodářská krize (1929 – 1934) a také 2. světová válka, která přišla záhy. Nacisté obsadili Moravskou Ostravu již 14. března 1939, tedy o den dříve než zbytek republiky. Veškeré průmyslové podniky v Ostravě spadly pod správu Němců a přeorientovaly svou výrobu na válečnou. Konec války pak přinesl časté nálety spojenců při osvobozování a tím i následné poničení města i průmyslových závodů. Ostrava byla osvobozena 30. dubna 1945.

Když se situace po válce uklidnila a odklidily se válečné škody, začalo se město silně orientovat na rozvoj hornictví, hutnictví a dalších oborů těžkého průmyslu a získalo si tím přívlastky „město uhlí a železa“ nebo „ocelové srdce republiky“. V 50. letech 20. století se začalo s výstavbou největšího průmyslového podniku na Ostravsku, Nové huti v Ostravě-Kunčicích (dříve Nová huť Klementa Gottwalda – NHKG, dnes ArcelorMittal Ostrava a. s.). Se vznikem nového závodu se téměř opakovala situace s přílivem obyvatelstva o 100 let dříve (vznik Vítkovických železáren). Do města přicházeli lidé, kteří zde hledali práci, a to nejen z českých zemí, ale také ze Slovenska či Polska. Proto se v Ostravě začalo s výstavbou nových sídlišť – Poruba, Zábřeh, Hrabůvka, Výškovice a Dubina.

¹⁴ Zřejmě nejznámější jsou dělnické kolonie v těsné blízkosti nynější Dolní oblasti Vítkovic, dále ve Slezské (dříve Polské) Ostravě, Čertově Lhotce (dnešní Mariánské hory), Hrušově, Heřmanicích, atd.

¹⁵ Jmenovitě se jednalo o Moravskou Ostravu, Přívoz, Mariánské Hory, Vítkovice, Hrabůvku, Novou Ves a Zábřeh nad Odrou (dnes už jen Zábřeh).

Po vzniku Nové huti vznikala potřeba vychovávat specializované odborníky, a tak byla z Příbrami do Ostravy v roce 1945 přeložena Vysoká škola báňská a z Brna pobočka Pedagogické fakulty Masarykovy univerzity (roku 1959 se osamostatnila a vznikla Ostravská univerzita).

Po roce 1989 došlo v České republice k výrazným politickým a hospodářským změnám. Došlo k silnému útlumu důlní činnosti v Ostravě, přičemž poslední důl byl uzavřen 1. července 1994. O 4 roky později se uzavřely i Vítkovické vysoké pece a nezaměstnanost ve městě silně vzrostla. Jednalo se o tak citelnou změnu, se kterou se město vyrovnávalo ještě mnoho let.

Po restrukturalizaci průmyslu v Ostravě je hlavním cílem vedení města situovat Ostravu do pozice moderního, čistého a prosperujícího města vhodného pro investory, bydlení a volný čas.

2.2 Fyzicko – geografická charakteristika města

Statutární město Ostrava se nachází na severovýchodě České republiky, v Moravskoslezském kraji, přibližně 10km od polských státních hranic a cca 50km od hranic slovenských. Má tedy velmi dobrou polohu na pomezí hranic a může těžit z přílivu návštěvníků ze zahraničí, kteří do České republiky přijíždějí převážně na jednodenní výlety za nákupy či poznáním (šetření Ministerstva pro místní rozvoj).

Ostrava se rozkládá na katastrální výměře 214 km², a k 31. 12. 2009 tu žilo 306 006 obyvatel. Město se nachází na rozhraní Moravy a Slezska a protékají jím řeky Odra, Ostravice, Lučina a Opava. Průměrná nadmořská výška je 227 m n. m.

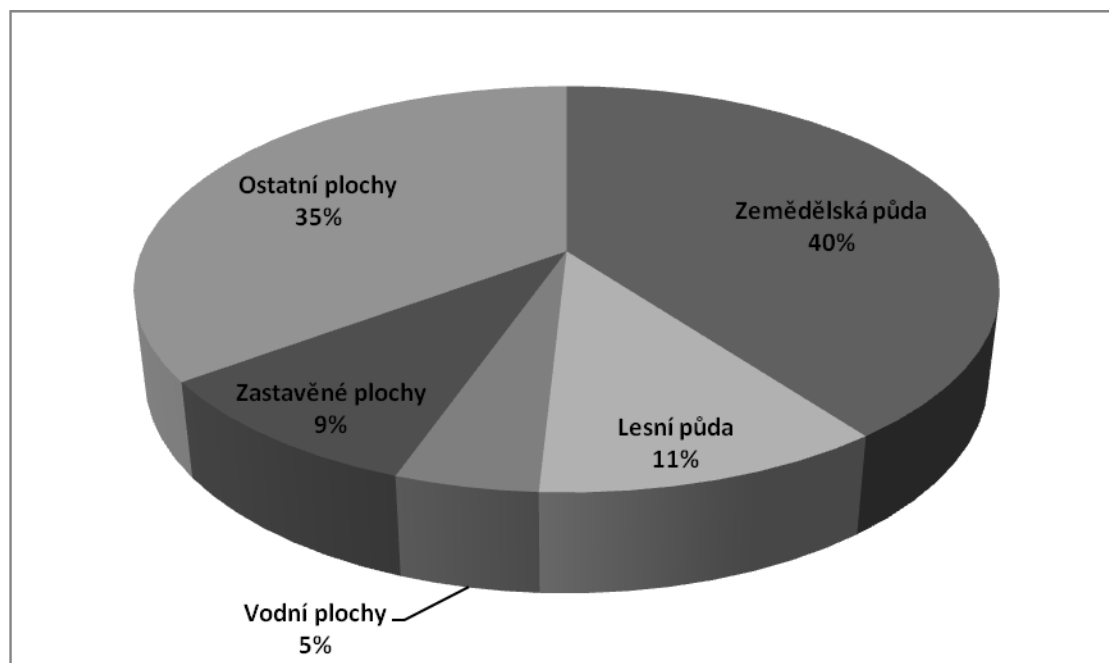
Ostrava je sama o sobě velmi specifickým místem. Vlivem průmyslu a těžby uhlí se změnil ráz krajiny. Dodnes ve městě najdeme výdušní jámy a odvětrávací šachty z bývalých dolů, v samotném centru města se nacházejí odvaly (haldy). Důlní činnost přetvořila ráz krajiny i tím, že dodnes jsou místa, která poklesla a podloží pod některým územím je stále nestabilní. Na uměle vybudovaných haldách, kde teploty neklesají pod bod mrazu, můžeme najít i zajímavé druhy fauny a flory, typické pro jižnější subtropické regiony s teplejším klimatem než panuje v České republice. Díky specifickému klimatu, jež na haldách vládne, jsou zde teplomilné rostliny, a proto jsou tato místa často vyhledávaným cílem přírodovědců, geologů či turistů.

Ostrava neprošla klasickým územním rozvojem, který je typický pro většinu měst. Město se dělí na 23 městských obvodů (viz příloha č. 2), které vznikaly jako samostatné obce. O jejich spojení se zasloužil první český starosta Ostravy, Jan Prokeš, jenž započal proces budování tzv. „Velké Ostravy“ v roce 1924. Ostrava nemá přirozené centrum města a sídelní struktura, která se zde nachází, připomíná spojení několika měst a vesnic v jeden heterogenní celek, který drží při sobě. Kvůli prudkému nárůstu počtu obyvatel, jež způsobil prudký rozvoj těžby uhlí a dalších průmyslových provozů, vznikaly v Ostravě nejprve dělnické kolonie a řízená sídliště pro pracovníky podniků vzniklých na území města, jež narušily přirozený rozvoj sídelní struktury. Seznam městských obvodů a přehledná mapa je uvedena v příloze č. 2.

Ostrava je přirozeným centrem regionu a slouží jako sídlo některých významných institucí. Sídlí tu krajský úřad Moravskoslezského kraje, krajský a okresní soud, biskupství ostravsko – opavské diecéze, Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, Ostravská univerzita, Vysoká škola podnikání a jiné.

Území města je členěno podle využití půdy na zemědělské, lesní, vodní, zastavěné a ostatní plochy. V následujícím grafu můžeme vidět procentuální vyjádření odpovídající části území města.

Graf č. 1: Využití území města k 22. červnu 2010 (v %)



Zdroj: Ostrava – Geografie, <http://www.ostrava.cz/jahia/Jahia/site/ostrava/ostrava/o-meste/vitejte-v-ostrave/geografie>

Zemědělská půda tvoří 40% území města a jedná se převážně o pole, zelené louky (tzv. greenfieldy), či jiná nevyužitá volná prostranství. Lesní půda tvoří 11% z celkového území Ostravy a společně se zemědělskou půdou nám ukazuje, že Ostrava má obrovské bohatství tzv. „zelených ploch“, jako jsou louky, lesy, parky a další místa, která mohou využívat i turisté ke své rekreaci (hipostezky, cyklostezky v přírodě, parky a jiné). Na jednoho obyvatele města připadá více než 20 m² „zelené plochy“ (tj. 0,002 ha), a Ostrava je tak nejzelenějším městem v České republice. Lze spolehlivě vyvrátit domněnky obyvatel, že Ostrava je „černé město“, naopak troufale lze prosazovat přívlastek – „zelená“. Zastavěné plochy představují jen 9% z celého území Ostravy, jedná se o budovy, které slouží k bydlení, v žádném případě se nejedná o průmyslové objekty (ty jsou řazeny v kategorii ostatních ploch) a zabírají mnohem více plochy, než budovy sloužící k bydlení. Celkový výčet využití území dokazuje, jak velmi roztržštěnou strukturu Ostrava má, jelikož typické městské struktury mají převážně obytné budovy, na ně volně navazuje průmysl a další plochy. V tomto ohledu je Ostrava velmi atypická a vymyká se typickým sídelním strukturám.

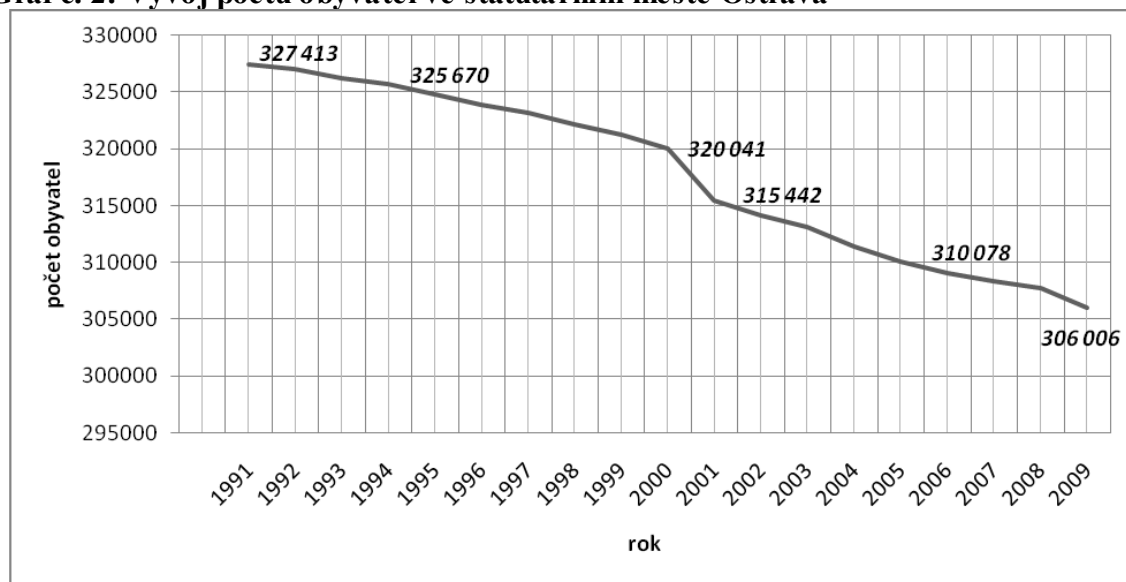
2.3 Sociální a demografická charakteristika Ostravy

Statutární město Ostrava je rozděleno do 23 městských obvodů, přičemž nejlidnatějším obvodem je Ostrava-jih, jelikož převážná část zástavby je složená z panelových sídlišť. Jedná se o sídliště Výškovice, Zábřeh, Hrabůvka a Dubina. Hustota zalidnění v Ostravě se pohybuje v průměru okolo 1 500 obyv./km², nejvyšší stupně zalidnění jsou v městských obvodech Ostrava-jih, dále Poruba a Moravská Ostrava. Naopak nejmenší hustota osídlení je v obvodech spíše venkovského rázu, jako jsou Petřkovice, Lhotka, Hošťálkovice, Krásné Pole, Proskovice, Stará a Nová Bělá a Michálkovice.

Následující graf ukazuje vývoj počtu obyvatel v Ostravě v letech 1991 – 2009. Jak již bylo zmíněno výše, k silnému populačnímu nárůstu došlo v Ostravě od počátku 50. let 19. století s rozvojem těžby uhlí a průmyslu. Graf zachycuje období po roce 1991, kdy docházelo k omezování těžby uhlí v Ostravsko-karvinském revíru později (1998) k útlumu výroby železa ve Vítkovických železárnách, jež bylo následováno hromadným odchodem obyvatel. Dlouhodobý pokles křivky se dá zdůvodnit neatraktivností města a regionu pro obyvatele, v souvislosti s vysokou nezaměstnaností, zhoršeným životním

prostředím a poklesem pracovních příležitostí v regionu. Celkový pokles obyvatel od roku 1991 převýšil hodnotu 20 000. Navíc se do grafu promítá i současný trend, stěhovat se z center měst do klidnějších zón v okolí, tzn. menší obce v těsné blízkosti města, která nabízejí svým obyvatelům kvalitní služby a zázemí.

Graf č. 2: Vývoj počtu obyvatel ve statutárním městě Ostrava



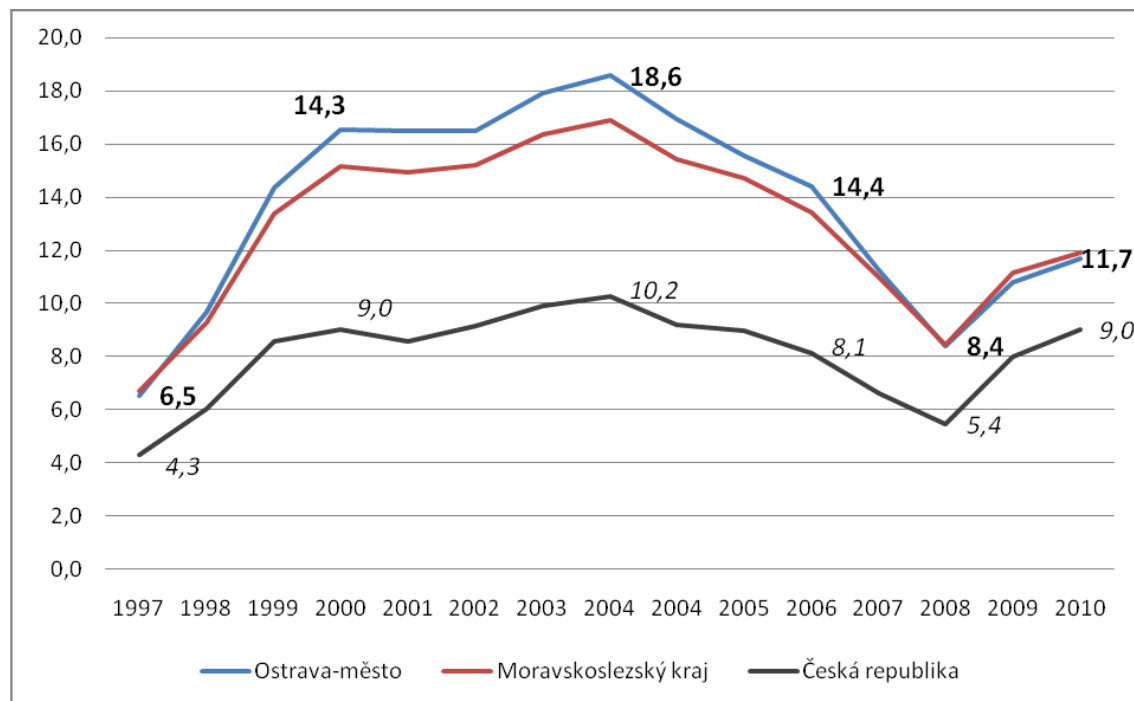
Zdroj: Český statistický úřad, Veřejná databáze, Obyvatelstvo, <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/home>

Následná tabulka i graf popisují vývoj nezaměstnanosti v letech 1997 - 2010 v okrese Ostrava – město, v Moravskoslezském kraji, a pro lepší přehlednost a analýzu je graf doplněn o křivku vývoje nezaměstnanosti v České republice. Rok 2004 je uveden dvakrát, jelikož právě v tomto roce došlo ke změně používání metodiky výpočtu nezaměstnanosti v České republice, a proto se uvádějí obě hodnoty.

Všechny tři křivky grafu vývoje nezaměstnanosti se navzájem kopírují. Razantní změny ve vývoji nezaměstnanosti v Ostravě a Moravskoslezském kraji silně ovlivňují statistiky vývoje nezaměstnanosti celé republiky. Útlum průmyslových činností a těžby uhlí se projevil ve statistikách nezaměstnanosti obcí Moravskoslezského kraje a ovlivnil i vývoj nezaměstnanosti celé České republiky. Prudký nárůst nezaměstnanosti v Ostravě po roce 1997 byl způsoben zejména zastavením Vítkovických železáren a dalších průmyslových provozů. Poté se stal region silně neatraktivním územím, které muselo být dotováno státem a bylo zařazeno mezi strukturálně postižené regiony. Investoři ztratili zájem se v regionu zůstat a rozvíjet tu svou podnikatelskou činnost a městu trvalo velmi

dlouho, než dokázalo vytvořit podmínky (připravit pozemky, vybavit je infrastrukturou) pro jejich návrat.

Graf č. 3: Vývoj nezaměstnanosti v Ostravě, ve srovnání s MSK a ČR (v %)



Zdroj: Úřad práce – Časové řady, http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/casove_rady

Tabulka č. 1: Vývoj nezaměstnanosti v Ostravě, ve srovnání s MSK a ČR (v %)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ostrava-město	6,5	9,7	14,3	16,5	16,5	16,5	17,9	18,6	16,9	15,6	14,4	11,3	8,4	10,8	11,7
Moravskoslezský kraj	6,7	9,3	13,4	15,1	14,9	15,2	16,4	16,9	15,4	14,7	13,4	11,0	8,4	11,1	11,9
Česká republika	4,3	6,0	8,5	9,0	8,5	9,2	9,9	10,2	9,2	9,0	8,1	6,6	5,4	8,0	9,0

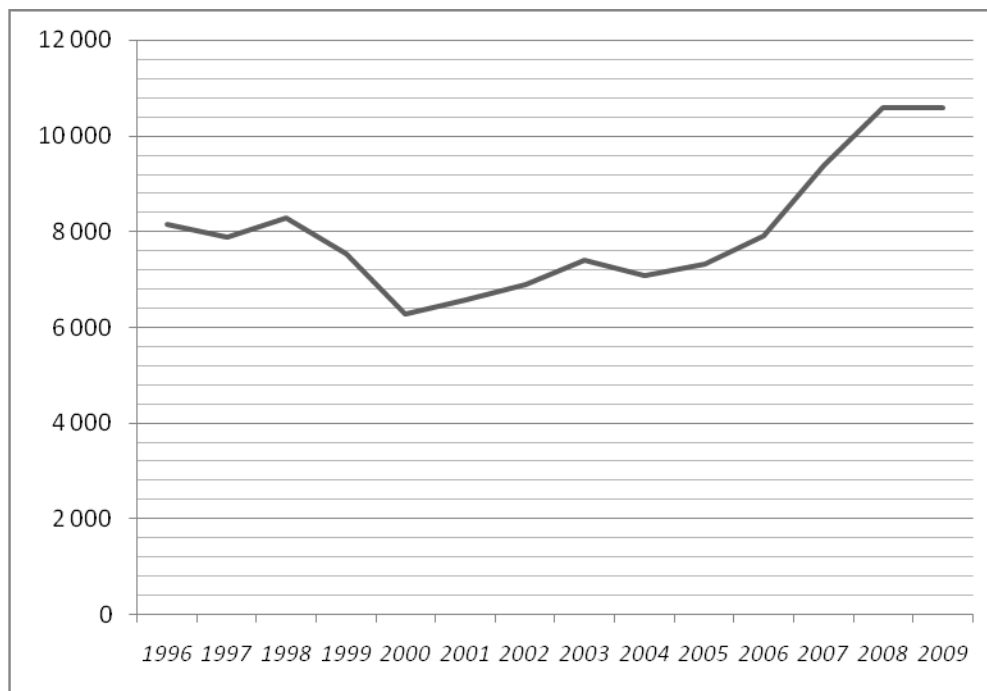
Zdroj: Úřad práce – Časové řady, http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/casove_rady

V současné době (stav k 28. 2. 2011) se průměrná hodnota nezaměstnanosti v Ostravě pohybuje na 12,1%, o jedno pracovní místo žádá v průměru 17 uchazečů. Současná tendence ve vývoji nezaměstnanosti je mírně stoupající, kvůli dopadům celosvětové hospodářské krize muselo mnoho podniků ve městě propouštět své zaměstnance.

Národnostní složení v Ostravě je velmi pestré. Při kandidatuře Ostravy na titul Evropské hlavní město kultury - Ostrava 2015 se velmi hovořilo o multikulturalitě zdejších

obyvatel¹⁶. Každá z národnostních skupin, které na území města žijí, dokresluje a utváří novou tvář a nové chápání města. Ostrava je a byla městem přistěhovalců. Rozmachem průmyslu přitahovala obyvatele z Polska či Slovenska, kteří sem mířili za prací, a s nimi se sem stěhovaly celé rodiny.

Graf č. 4: Vývoj počtu cizinců žijících na území města Ostravy v letech 1996 - 2009



Zdroj: ČSÚ, Počet cizinců v ČR, http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/tabulky/ciz_pocet_cizincu-001

Vývoj v počtu cizinců, kteří žijí na území města, se naprosto odlišuje od vývoje celkového počtu obyvatel v Ostravě. V posledních letech můžeme vidět mírný nárůst v počtu cizinců, kteří žijí na území města.

2.4 Vybrané hospodářské aspekty města

Hospodářské a ekonomické činnosti v Ostravě úzce souvisí s jejím historickým vývojem. Ostrava byla již za dob Rakousko-Uherska silným průmyslovým regionem a tento status si ponechala až do 20. století, kdy patřila mezi jedny z nejdůležitějších průmyslových regionů ve střední Evropě. Zdejší černé uhlí je velmi kvalitní a dobře koksovatelné, tudíž se brzy začalo s koksárenstvím a dalším zpracovatelským průmyslem

¹⁶ Nutno dodat, že Ostrava nakonec titul nezískala a Evropským hlavním městem kultury pro rok 2015 bude město Plzeň, které nad Ostravou zvítězilo.

černého bohatství. Na těžbu uhlí v Ostravě i v regionu navázaly vysokopeční závody (Vítkovice, Nová huť, Třinec) a z celého kraje se stal průmyslový region obrovského významu pro českou ekonomiku.

V současnosti je kraj centrem hutní výroby, jelikož zde fungují jediné dva závody v ČR – ArcelorMittal Ostrava a. s. a Třinecké železářny. Zároveň je sem soustředěna i celorepubliková těžba černého uhlí (ostravsko-karvinský region), ačkoli celkově dochází k útlumu těžby.

Vedle těchto tradičních odvětví, díky kterým mají lidé zařícen kraj převážně jako hutnický a těžařský, se zde snaží prosadit i chemický průmysl, dopravní, lékařský, atd.

Ekonomickou sílu kraje ukazuje hrubý domácí produkt, jehož vývoj v letech 2000 – 2009 ve stálých cenách je zobrazen v následující tabulce. Můžeme sledovat, že nárůst HDP má tendenci se neustále navyšovat, to můžeme vidět v letech 2000 – 2005. Růst HDP v dalších letech rovněž pokračuje, ale ne s tak výraznými nárůsty. Naopak nízkou hodnotu roku 2009, která značí výrazný pokles ve vývoji HDP můžeme přiřazovat k důsledkům celosvětové hospodářské krize.

Tabulka č. 2: Vývoj HDP ve stálých cenách v MSK v letech 2000 – 2009 (mil. Kč)¹⁷

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
HDP	101,5	101,5	100,6	104,0	104,8	107,6	103,6	105,1	102,6	92,4

Zdroj: ČSÚ, Makroekonomika, <http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/makroekonomika-xt>

Ekonomická činnost v kraji se odvíjí od krajinných předpokladů území Moravskoslezského kraje. Západní a východní část Moravskoslezského kraje (okresy Bruntál, Opava, Frýdek-Místek, Nový Jičín apod.) tvoří především horské oblasti a sídla s nízkou hustotou osídlení a vše je zde orientováno především na zemědělskou produkci. Celková rozloha zemědělských půd v kraji přesahuje hodnotu 50%. Ve střední části kraje je situace opačná. Existují zde téměř v jeden celek propojené aglomerace (Ostrava, Havířov, Karviná, Orlová, Třinec), které jsou orientovány především na průmyslovou výrobu (dobývání nerostných surovin, zpracovatelský průmysl, výrobu elektřiny, chemický průmysl aj.) a služby.

¹⁷ Předchozí rok = 100

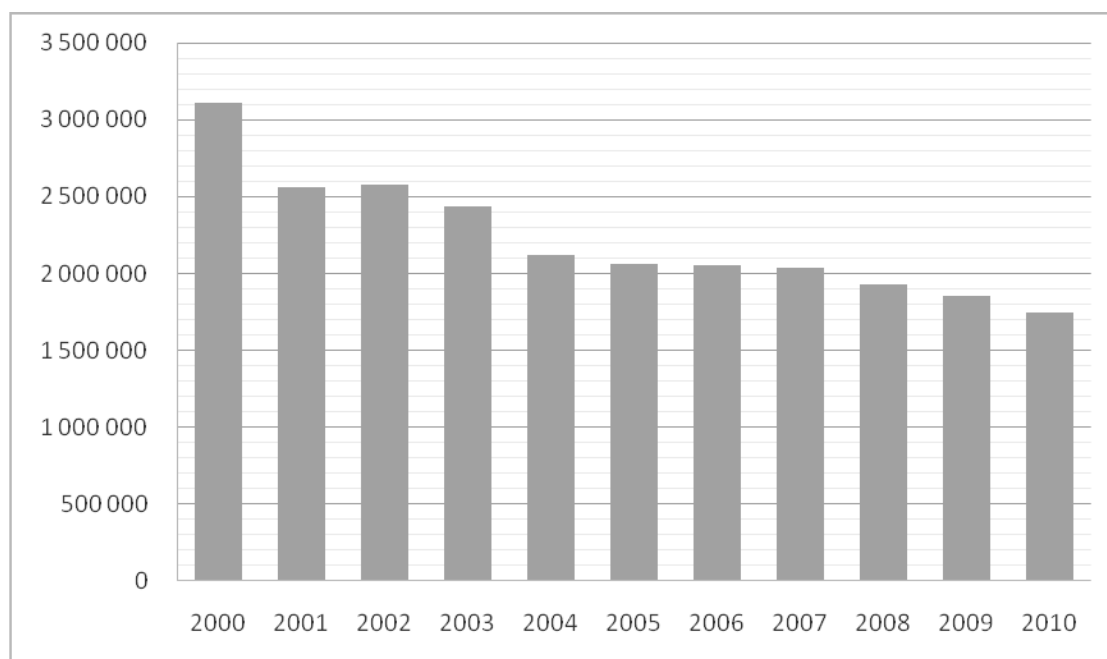
2.5 Cestovní ruch a jeho aspekty

Práce je orientována především na cestovní ruch, proto další hospodářské aspekty budou směřovány tímto směrem. Ze samotné ekonomické a hospodářské charakteristiky je patrné, že v oblasti industriálního dědictví má Ostrava co nabídnout. Zároveň však disponuje dostatečným množstvím klidových lokalit, zejména v jejich okrajových částech, či v kraji jako takovém.

Daší oblastí, kterou se budeme v ekonomické charakteristice věnovat, jsou ubytovací zařízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji.

V následujícím grafu je zobrazen vývoj v počtu přenocovaných lidí na území Moravskoslezského kraje v letech 2000 – 2010. Tyto počty se neustále snižují. Je to především tím, že současným trendem je jezdit na jednodenní, krátké, poznávací výlety bez nutnosti v dané lokalitě přenocovat. Ve sledovaném období poklesl počet přenocování o celý milion lidí a do budoucna se dá předpokládat, že tento trend bude pokračovat. Situace v cestovním ruchu se nemění ze dne na den, a tak lze předpokládat, že současný trend klesajícího počtu ubytování v hotelích a jiných typech ubytovacích zařízení bude pokračovat i v dalších letech. Předpoklady zvýšení jsou v tomto případě dlouhodobou záležitostí, zakládající se mimo jiné i a propagaci a marketingu města a její úspěšnosti. Ve snaze města by měla být vize, jak udržet návštěvníka ve městě delší dobu, aby tu mohl kvalitně strávit volný čas, utratit peníze a samozřejmě mu adekvátně nabídnout i kvalitní přenocování, jelikož i podle počtu přenocovaných se hodnotí atraktivita regionu či lokality.

Graf č. 5: Počet přenocování celkem v Moravskoslezském kraji v období 2000 - 2010¹⁸



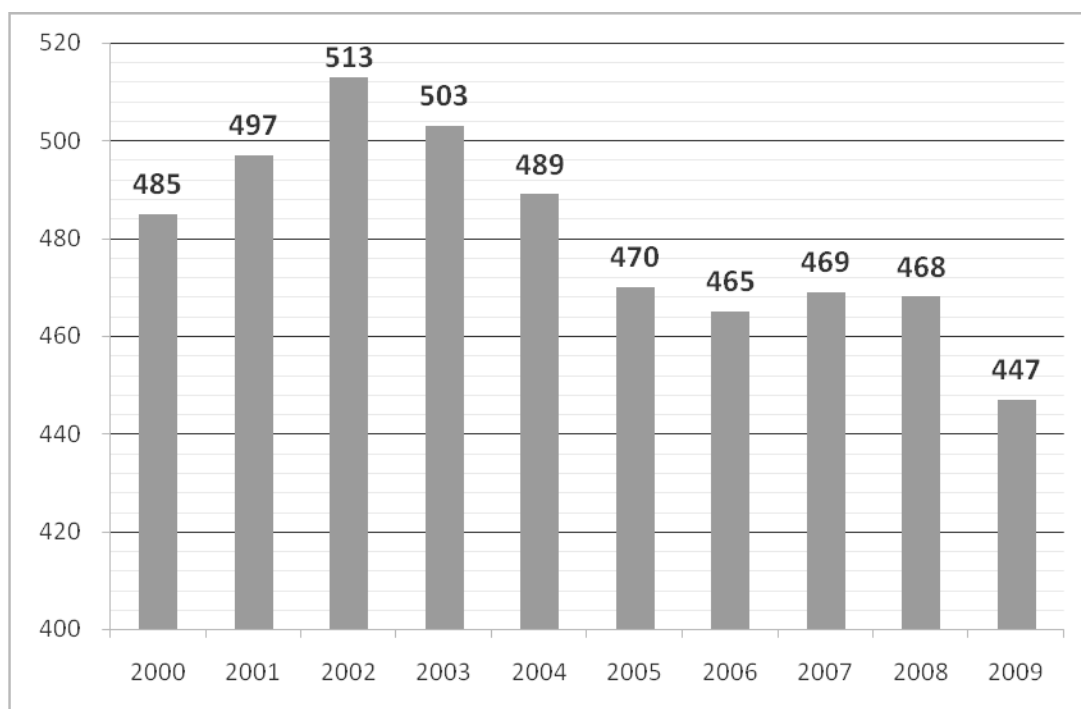
Zdroj: Veřejná databáze ČSÚ,

http://vdb.czso.cz/vdbvo/maklist.jsp?kapitola_id=39&maklist_velikost=10000&razeni=ua

Podobná situace jako s vývojem počtu přenocovaných je i ve vývoji počtu hromadných ubytovacích zařízení. Do této statistiky byla zahrnuta veškerá hromadná ubytovací zařízení v Moravskoslezském kraji, jelikož ČSÚ provádí statistiky pouze do této úrovně. Vidíme, že do roku 2002 počet ubytovacích zařízení rostl, naopak od tohoto roku celkový počet ubytovacích zařízení klesá, podobně jako u předchozího grafu. Je to především tím, že poptávka nepokryla nabídku, tudíž některé hotely a ubytovací zařízení kvůli nízké návštěvnosti musely sezónně upravit nabídku svých služeb, nebo díky nízkému počtu přenocovaných zkrachovaly.

¹⁸ Graf obsahuje i předběžné údaje roku 2010

Graf č. 6: Hromadná ubytovací zařízení v Moravskoslezském kraji celkem



Zdroj: Veřejná databáze ČSÚ,

http://vdb.czso.cz/vdbvo/maklist.jsp?kapitola_id=39&maklist_velikost=10000&razeni=ua

V současné době v Ostravě vznikají hotely nové a moderní (Mercure, ParkInn) nabízející turistům i lidem, kteří sem přijíždí za prací či školením, vyšší komfort a kvalitu služeb. Přesto by mělo být v zájmu města i samotných památek a turistických atraktivit posílit spolupráci právě s hotely a ubytovacími zařízeními (schůzky, konference, vzájemná korespondence, inspirace ze zahraničí apod.) a propojit strukturu a komunikaci mezi nimi¹⁹. Pokud bude klient seznámen již na hotelu o možnosti využití svého volného času k poznávací turistice, budou z toho mít přínos oba dva subjekty. Klient v obou zařízeních utratí své peníze a navíc může dát doporučení svým známým či kolegům, kteří do regionu mohou přicestovat, což je nejsnadnější a nejrozsáhlejší zdroj informací. Bohužel tento způsob komunikace a spolupráce mezi soukromou a veřejnou sférou (jelikož mnoho památek či kulturních zařízení je ve správě města) není v Ostravě rozšířen.

¹⁹ Příklad z praxe: Během extraligových vyřazovacích bojů play-off mezi ostravským týmem HC Vítkovice Steel a HC Mountfield České Budějovice přijeli fanoušci z jihočeské metropole do Ostravy s jediným cílem – sportovní zážitek při hokejových utkáních. Jelikož se ale utkání v počátku hrají dva dny po sobě, mnoho z nich tu zůstalo a ubytovalo se v některém z místních hotelů. Při prohlídce města došli až k Nové radnici a vystoupali na vyhlídkový ochoz a byli udiveni, že Ostrava má co nabídnout. Z rozhovoru potom vyplynulo, že vůbec netušili, co v Ostravě mohou navštívit a k Nové radnici došli taktéž úplnou náhodou. Tady se přímo ukazuje ona neexistující informovanost a spolupráce mezi hotely a památkami.

2.6 Doprava a technická infrastruktura

Ostrava je významným rozcestím dopravních cest v Moravskoslezském kraji, křižují se tu významné silniční i železniční tahy a spojují tak města nacházející se v celé ostravské aglomeraci se sousedními regiony. Návštěvníkům Ostravy a celého regionu se nabízí velmi dobrá dostupnost atraktivních lokalit vhodných pro výlety, dovolené i poznávací zájezdy.

Ostrava je vnímána jako město ve východním cípu republiky. Nemůžeme vnímat hranice státu jako zeď, přes kterou se nelze dostat. Ostrava může čerpat z tzv. polohové prosperity, zaměřit se nejen na české turisty, ale také na zahraniční klientelu a využít společný evropský prostor. Technologický pokrok v automobilovém a železničním průmyslu dosáhl výrazného časového zkrácení vzdáleností a komfortnější služby nám zaručují pohodlnější cestování těmito dopravními prostředky.

Pro upřesnění jsou v tabulce uvedeny některé české, slovenské a polské metropole. Jejich výběr byl proveden na základě významu města, jeho geografické polohy a zkoumány byly časové vzdálenosti dosažené za použití automobilu a železniční dopravy. Nutno podotknout, že vzdálenosti (uváděné v km) se liší, jelikož železnice má své koridory. Silniční vzdálenost je uvedena podle vyhledavače a plánovače tras společnosti Škoda Auto a. s. V záložce týkající se dosažitelnosti byla zvolena vždy nejkratší cesta, tzn. použití dálnic a silnic I. třídy. Letecká vzdálenost je pouze orientační.

Tabulka nám ukazuje, že spojení z Ostravy do Brna, Katowic nebo Žiliny trvá přibližně stejnou dobu, naopak do Českých Budějovic není efektivní cestovat vlakem, ale je lepší použít osobní automobil. Tato analýza nám říká, na co by se Ostrava měla zaměřit. Dojížděnkou vzdálenost 2-3 hodin není žádnou překážkou, tudíž je vhodné použít reklamy u silnic, případně spolupracovat s těmito městy. Slovenské Košice či polské Katowice jsou nejen partnerská města Ostravy, ale rovněž průmyslové metropole s obdobnou problematikou, jakou má i Ostrava.

Druhou kategorií jsou pak města, která jsou dosažitelná v časového horizontu 4-5 hodin (Viedeň, Praha, Košice). V těchto městech by se mělo jednat o cílenou propagaci zaměřenou na dlouhodobější pobyt ve městě či okolí, použít zážitkové či programové balíčky, tzn. propojit poznávací turistiku se zážitkem a ubytováním. Jednalo by se o nabídku zajímavého trávení volného času spojenou v několika dnech, a tím by se eliminoval trend poslední doby – jednodenní poznávací výlety bez přenocování.

Tabulka č. 3: Dojížděková vzdálenost z českých a evropských měst

	vzdálenosti (km)			časová dosažitelnost	
	<i>letecké</i>	<i>silniční</i>	<i>železniční</i>	<i>auto</i>	<i>vlak</i>
<i>Praha</i>	275	384	356	4h	3-4h
<i>Brno</i>	140	184	172	2h 20m	2h 20m
<i>Č. Budějovice</i>	290	388	408	4h 50m	7h 20m
<i>Bratislava</i>	200	302	266	3h 20m	3-4h
<i>Košice</i>	250	347	349	5h 15m	5-6h
<i>Žilina</i>	80	106	107	1h 50m	2h 10m
<i>Videň</i>	230	317	277	3h 50m	3h 30m
<i>Katowice</i>	75	94	-	1h 30m	1h 50m
<i>Wroclaw</i>	170	197	-	2h 40m	3h 30m
<i>Krakow</i>	125	171	-	2h 20m	4h 30m

Zdroj: IDOS, <http://www.idos.cz/>, Plánovač cest – Škoda Auto, <http://www.skoda-auto.cz/cze/applications/routeplanner/pages/routeplanner.aspx>

Do budoucna by se ale musela zlepšit komunikace mezi městem a hotely, a to např. konáním schůzek neformálního charakteru, kde by si aktéři sdělili aktuální problémy s návrhy řešení, nebo by se mohlo jednat o pravidelné tiskové zprávy hotelů, ve kterých by informovali o počtu ubytovaných, počtu přenocování apod. Pokud by se v Ostravě zlepšil i systém nabídky cestovního ruchu (např. prezentaci památek a služeb cestovního ruchu), jednalo by se o komplexně propojený konkurenceschopný systém.

2.6.1 Silniční doprava

Ostrava je napojena na dálnici D47 navazující na dálnici D1 z Brna a směřující přes Ostravu do Polska (ná vaznost na polskou dálnici A1 směr Katowice a Gdaňsk). Problémy s výstavbou i se samotným dokončením trvaly přes 10 let a dokončena byla dálnice teprve v roce 2010, kdy byl dokončen poslední úsek mezi Bílovcem a Bohumínem. Ostrava velmi usilovala, aby jí protínal tak významný dopravní tah, jelikož tím město i region získalo na mezinárodním významu a přilákalo i zahraniční investory (např. automobilka Hyundai, investoři v Průmyslové zóně Hrabová).

Další důležité dopravní tahy jsou uvedeny v následující tabulce.

Tabulka č. 4: Hlavní silniční tahy spojující Ostravu a okolí

Silniční tahy spojující Ostravu s okolím	
I/11	Ostrava – Havířov – Český Těšín (Žilina)
I/11	Ostrava – Hrabyně – Opava – Hradec Králové
I/47 (II/647)	Ostrava – Přerov – Vyškov
I/56	Ostrava – Hlučín – Opava
I/58	Ostrava – Frýdek-Místek – Beskydy
I/59	Ostrava – Orlová – Karviná

Zdroj: Oficiální stránky statutárního města Ostrava, <http://www.ostrava.cz/>

Díky silničním uzlům je Ostrava snadno dostupná jak v rámci regionu, tak v rámci jejich nejbližších zahraničních sousedů.

2.6.2 Železniční doprava

Železnice byla do Ostravy přivedena v roce 1847, kdy se město napojilo na Severní dráhu Ferdinandovu. Ta se zpočátku používala především pro dopravu železné rudy a uhlí, ale postupem času narostla na významu přepravy cestujících i na mezinárodní úrovni.

V Ostravě se nachází 5 železničních nádraží, přičemž nejvýznamnějším je nově zrekonstruované a modernizované nádraží Ostrava-Svinov (napojení na Opavu, Prahu, Brno, Havířov), dále se jedná o Hlavní nádraží v Přívoze (napojení na Bohumín a Polsko, Karvinou, Slovensko a Ostrava-centrum), nádraží Ostrava-Vítkovice, Ostrava-střed a Ostrava-Kunčice. Dále ve městě existují menší železniční stanice (Ostrava-Stodolní, Ostrava-Třebovice, Ostrava-Mariánské Hory, Polanka nad Odrou) a nákladní nádraží. Trasu mezi Bohumínem a Prahou zajišťují mimo jiné 6-7x denně spojení vlakem Supercity „Pendolino“, které zabezpečují České dráhy. Cestující z Ostravy se tak dostanou do hlavního města za necelé tři hodiny.

2.6.3 Letecká doprava

Oficiální letový provoz na mezinárodním letišti Leoše Janáčka v Ostravě byl zahájen v roce 1959. Historie vzniku tohoto letiště však sahá až do počátku 20. století.

Jedná se o největší regionální letiště v České republice, které ročně přepraví více než milion cestujících. Na letišti funguje vnitrostátní i mezinárodní provoz, pravidelně odtud létají linky do Prahy, Vídně a Mnichova, mimořádně pak do jiných lokalit. V areálu letiště jsou kromě odbavovací haly ještě hangáry a sklady určené pro odbavování leteckého nákladu. Nová odbavovací hala byla dokončena v roce 2006 a v blízkosti se nachází podnikatelská a obchodní zóna Free Zone Ostrava, která má volné kapacity pro využití místními i zahraničními investory.

Letiště je velmi dobře dostupné jak silniční, tak veřejnou hromadnou dopravou, či regionálními autobusovými linkami. V budoucnosti se počítá se železničním napojením letiště a přilehlé průmyslové zóny.

V zájmu města i samotného letiště by mělo spojení Ostravy s mezinárodními evropskými letišti, což by nesmírně zatraktivnilo zdejší region a zvýšilo by to jeho návštěvnost a zároveň by stouply příjmy z cestovního ruchu. V budoucnu by mohly být osloveny některé nízkonákladové letecké společnosti, které by zajišťovaly letecké spojení mezi Ostravou a zbytkem Evropy. Samozřejmě by také záleželo na tom, jak atraktivně by Ostrava působila. Není totiž možné přilákat do míst, která nejsou lidem ničím zajímavá přilákat lidi a chtít po nich, aby zde trávili svůj volný čas a utráceli peníze.

2.6.4 Městská hromadná doprava

Městskou hromadnou dopravu zajišťuje Dopravní podnik Ostrava a MHD je zároveň součástí Integrovaného dopravního systému ODIS, který ve městě a okolí zajišťuje koordinovanou přepravu od více dopravců zároveň.

Město je rozděleno do čtyř zón, které tvoří tzv. zónu Ostrava XXL (samotné město Ostrava + obce v bezprostřední vzdálenosti) a na ně navazují samostatné příměstské zóny.

Svou sítí linek pokrývá Dopravní podnik Ostrava celé území města a propojení s linkami ostatních dopravců provozujících regionální a příměstské linky dává prostor komplexnímu a propojenému systému dopravy.

Návštěvník Ostravy se tak může dostat od hlavních zastávek železniční, letecké či jiné dopravy až k turistickým atrakcím, kterými město disponuje.

2.6.5 Cyklistické trasy a stezky

Cyklistická doprava v Ostravě se začala významněji rozvíjet až po roce 1989. První cyklistické značené trasy vznikly v Hrabové, Vítkovicích a Kunčicích a postupem času se k nim přidávají i další městské části. Samotné město uvolňuje ze svého rozpočtu částky na podporu výstavby nových či úpravu stávajících cyklistických tras a částečně čerpá dotační podporu z fondů Evropské unie (Regionální operační programy) a Státního fondu dopravní infrastruktury.

V současné době se tak cyklista může dostat nejen z jedné strany Ostravy na druhý konec, ale značené trasy pro cyklisty vedou do CHKO Poodří a Polanské nivy, Klimkovic, Budišovic, Hlučína, Kravaří, Opavy, Bohumína, Karviné, Českého Těšína, Frýdku-Místku, Beskyd, atd.

Ačkoli se převážně jedná o městské cyklotrasy²⁰, představuje Ostrava významné výchozí centrum pro cykloturistiku. I v tomto ohledu by město mělo zlepšit kvalitu cyklostezek, jejich značení a hlavně propojení s městskými památkovými zónami a turistickými atraktivitami. Vhodné by bylo doplnění cyklostezek o informační tabule, aby se projíždějící cyklista měl možnost zastavit a dozvědět se o historii či památce. Proto také byla v profilu města uvedena historie, která je zajímavá a málokterý z návštěvníků ji zná a ví, proč má Ostrava netradiční sídelní strukturu apod. Infrastruktura cyklostezek sice není podle hodnocení samotných cyklistů ideální a zasloužila by řádnou rekonstrukci, což se objevilo ve volebních návrzích, např. ČSSD. V každém případě je ale možné ji využít, zrekonstruovat a použít i k účelům naučných cyklostezek. V současné době, ačkoli v Marketingové strategii CR byly rekonstrukce cyklostezek naplánovány na rok 2011, se s jejich rekonstrukcí nezačalo.

Návrhem na zlepšení cykloturistiky v Ostravě je zvýšení povědomí veřejnosti o provozu na těchto cyklostezkách, především pak poučení chodců o informačních značeních na cyklostezkách, bezpečnosti a dodržování dopravního značení (platí především u kombinovaných cyklostezek spojených s pruhem pro chodce).

²⁰ Myšleno: betonový chodník nebo vyznačená část stezky na společném chodníku s chodci

2.7 Image města, jeho propagace a vnímání města Ostravy

Image a všeobecný obraz města si Ostrava budovala po řadu let, základní historická fakta jsou uvedena v kapitole o historii města. Ostrava si ale získala svůj vzhled a ráz až v posledních 200 letech. Ne nadarmo ji lidé dodnes říkají „ocelové srdce republiky“ nebo „černá Ostrava“. Nemají ponětí o tom, že se v Ostravě již přes 15 let netěží uhlí a že pece ve vítkovických železárnách jsou již dávno vyhaslé. Nemají zájem do Ostravy jezdit, navštívit ji a poznat její minulost a současnost. A ať se město nebo jiné subjekty snaží zlepšit reputaci průmyslové aglomerace, stále se jim nedaří prosadit se s něčím zajímavým a výjimečným, co by lidi zaujalo natolik, že by se do Ostravy jezdili rekreovat a zajímali se o toto místo. Do jisté míry je to dáno českou mentalitou, která se nechá až příliš ovlivnit médii a zastaralými informacemi a Ostrava se jim stále jeví jako neatraktivní průmyslové město. V médiích se člověk o Ostravě může dočíst jako o místě, kde je až neúnosně zhoršená kvalita vzduchu a lidé tu především v zimě trpí smogem a město se tak utápí v oblacích kouře a směsici škodlivých plynů. Neuplyne ani měsíc, kdy by se o Ostravě nepsalo v této souvislosti. Opáčit se dá otázkami: „Kde jsou pozitivnější témata? Copak tu lidé, kteří tu žijí, nevyjdou ze smogu ani na den?“ Je nutné říct, že Ostrava má opravdu poškozené životní prostředí, to ale neznamená, že se tu nic jiného neděje a média musí informovat jen o tomto dlouhodobém faktu. V každém případě není nezájem o Ostravu vinou lidí, ale spíše nesplněním úkolu, který si vedení města předurčilo, a to – udělat z Ostravy nové a zajímavé místo atraktivní pro lidi a zlepšit jí její image.

V celostátních denících je Ostrava opravdu vnímána jako negativní místo, které nemůže lidem nabídnout nic jiného než špatné životní prostředí a průmysl. Přitom opak je pravdou. Zvědavější člověk a turista zde může najít opravdu unikátní skvosty, které mají ale velmi nízkou celorepublikovou propagaci. To také podmiňuje nízkou návštěvnost v regionu a Ostravy vůbec.

Do nedávné doby se Ostrava propagovala pouze heraldickým znakem²¹ (blasonem), kde v modrém poli je vyobrazen stříbrný kůň v poskoku, který má zlaté sedlo a červenou

²¹ Původ a vznik heraldického znaku má několik verzí. Zřejmě nejpravděpodobnější je ta, že bílý kůň, který je ve znaku vyobrazen, symbolizuje tranzitní polohu města, jelikož v minulosti procházela městem důležitá obchodní stezka (jantarová), která spojovala Pobaltí s Dunajem a ostatními zeměmi v Evropě. Zlatá růže v pravém horním rohu zřejmě pochází z erbu olomouckého biskupa Stanislava Thurza. Pověstí, které se váží k heraldickému znaku, je několik. První vypráví o záchraně hukvaldského panství lidmi, kteří pracovali na poli poblíž Ostravy a jali se zachránit panství, když bylo v nebezpečí. Biskup byl jejich činem nadšen a tak jim věnoval symbol koně bez uzdy, jako symbol jejich rychlé a ochotné pomoci. Druhá vypráví o obléhání města nepřátelskými vojsky. Měšťané si dlouho lámali hlavu, jak oklamat nepřítele a vysvobodit se. Z jedné městské brány vypustili splašeného koně. Nepřítel si myslel, že za ním budou

pokrývku. V pravém horním rohu je potom vyobrazena zlatá růže se zelenými lístky a červeným semeníkem.

Obrázek č. 2: Znak města Ostravy



Zdroj: Ostrava – Znak města Ostravy, <http://www.ostrava.cz/>

Současné logo města, kterým se Ostrava prezentuje, vytvořilo studio Najbrt z Prahy. Město oslovilo studio v souvislosti s tím, že heraldický znak se sice používal při oficiálních příležitostech, ale ukázalo se, že se tento symbol ztrácí ve zmeti různých jiných značek, a působí tak nedůstojně. Proto se ustanovilo, že se heraldický znak bude používat dál, ale už jen při oficiálních a výjimečných příležitostech.

Logo města je marketingovou značkou, která prezentuje město navenek. Mělo by být snadno zapamatovatelné, jednoduché a přesto výstižné. Ostravské logo „**Ostrava !!!**“²² představuje název města se třemi vykřičníky v různých barevných variacích a kombinacích a dle názoru autorky tyto skutečnosti splňuje. Logo a jeho použití na reklamních předmětech je znázorněno v obrázkové příloze č. 1.

Ostrava se účastní mnohých místních i světových veletrhů cestovního ruchu, kde se prezentuje nejen jako město s průmyslovou historií a s mnoha technickými památkami a unikáty, ale také jako město s bohatou kulturou, folklorem a sportovním vyžitím. Propagací města na takovýchto veletrzích se město snaží zvýšit příliv turistů a návštěvníků z jiných regionů a zemí, jimž může poskytnout kvalitní ubytování a možnost dobře strávené dovolené či výletu. Pravidelně se účastní veletrhu turistických možností Regiontour v Brně, veletrhu cestovního ruchu Dovolena a Region v Ostravě, veletrhu

následovat i obyvatelé města a tak čekali tam. Lidé z města však využili momentu překvapení a napadli nepříteli z druhé strany a tím zvítězili. Od té doby je pak ve znaku města kůň, jako symbol této události.

²² Tři vykřičníky vyjadřují dynamiku, energii a sebevědomí města a jeho obyvatel. Světlomodrá barva, která tvoří jednu z barevných kombinací v logu, je převzata z heraldického znaku (modrý podklad).

Holiday World v Praze, mezinárodního veletrhu cestovního ruchu ITF SlovakiaTour v Bratislavě, veletrhu cestovního ruchu GLOB v Katovicích (Polsko), mezinárodního veletrhu technických památek a průmyslového dědictví v Zabrze (Polsko), veletrhu cestovního ruchu ve Varšavě (Polsko), veletrhu cestovního ruchu TourSalon v Poznani (Polsko), prezentovalo se také na akci pořádané agenturou CzechTourism ve Wroclawi (Polsko), mimo jiné se účastnila jednoho z nejvýznamnějších veletrhů cestovního ruchu Vacantiebeurs 2010 v Utrechtu (Nizozemí) a mezinárodního veletrhu cestovního ruchu f.re.e – Die neue C-B-R v Mnichově (Německo).

S novým logem vydalo město i nové **propagační materiály a publikace**. Pro turisty bude určitě atraktivní skládačka²³ „Navštivte v Ostravě“, která je zdarma na pobočkách OIS a poskytne zájemcům přehled o nejzajímavějších místech a muzeích, které mohou navštívit. Součástí je i dopravní spojení, otevírací doba, kontakt a krátký popis lokality. Skládačka „Vítejte v Ostravě“ návštěvníkům v krátkosti představí město a jeho historii i současnost. Dále město vydalo propagační materiály týkající se ubytování, pravidelných tematických akcí a nově materiál týkající se zřejmě nejznámější ostravské ulice – Stodolní.

Pro turisty a zájemce o podrobnější historii Ostravy a jednotlivých staveb pak město vydalo publikace: Průvodce městem, Průvodce po technických památkách aj.

Marketing města je založen na bázi přímého (direct) marketingu. Tento typ marketingu je vhodný používat na území města k účelům propagace Ostravy a památek. Na celostátní a evropské úrovni by se město mělo více angažovat i v internetové reklamě a propagaci v médiích, jelikož tato reklama osloví potenciálního návštěvníka nejvíce a je nejsnáze dostupná. Z textu kapitoly 2.6 vyplývá, že dostupnost Ostravy je velmi dobrá a nejen díky napojení na dálnici D 47 nabývá její poloha na významu. Proto by se Ostrava měla zaměřit na nejsnáze dostupná města ve svém okolí (Brno, Vídeň, Žilina, Katowice, Krakow) a směřovat tuto reklamu na místní turistické servery, či přímo na stránky měst a regionů.

²³ skládačka = skládací propagační materiál

2.8 SWOT analýza cestovního ruchu města Ostravy

Potenciál cestovního ruchu v Ostravě je silně poddimenzován a nedoceněn. Není pochyb o tom, že Ostrava má turistický potenciál, jen je nevyužit a mnohé technické a architektonické skvosty nadále chátrají nedostačující péčí města nebo soukromých vlastníků. Návštěvník tu nalezne převážně stavby technického ražení z 19. a 20. století. Minulé generace jistě neuvažovaly o tom, že by později stavba mohla sloužit jako památka. Stavěli tyto budovy účelově, s jasným cílem a využitím. Jaké jsou tedy silné a slabé stránky cestovního ruchu? A v čem mohou spočívat příležitosti nebo naopak hrozby?

Tabulka č. 5: SWOT analýza cestovního ruchu města Ostravy

Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> • turistický potenciál koncentrovaný v jedné lokalitě • nabídka využití volného času • snadná dostupnost (mezinárodní železnice a letiště, dálnice D47, cyklostezky, MHD) • relativně velké množství ubytovacích kapacit • programové balíčky města • nákupní centra, velké množství kulturního vyžití, zábava 	<ul style="list-style-type: none"> • stávající image a vnímání Ostravy (jako špinavé a průmyslové město) • stav dopravní infrastruktury ve městě • nedostatečný systém orientačních a informačních tabulí ve městě • nedostatečná a téměř nulová komunikace mezi památkami navzájem - vzájemná nepropojenost • neutěšený stav některých památek a sním spojené nedořešené majetkové vztahy
Příležitosti (Opportunities)	Hrozby (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> • revitalizace a využití technických a ostatních památek • rozšíření nabídky letů do významných evropských lokalit • rekonstrukce a modernizace areálu Dolní oblasti Vítkovic • investice v oblasti cestovního ruchu (kvalitní marketing, iniciativa samotných památek) • vybudování propojeného souboru památek nadregionálního významu s širokou nabídkou služeb • zvýšení významu celé lokality na národní i mezinárodní úrovni • změna v dosavadní propagaci – zvýšení její účelovosti 	<ul style="list-style-type: none"> • pomalá výstavba dopravní infrastruktury ve městě • špatná a nedostačující dostupnost některých turistických atraktivit • nedostatečné využití potenciálu cestovního ruchu ve městě • stávající způsob propagace města a jeho památek

Zdroj: vlastní zpracování

Ze SWOT analýzy je patrné, že Ostrava má dostatek silných stránek a příležitostí, které ale neúplně využívá a nedostatečně s nimi pracuje.

Za jednu z nejsilnějších stránek Ostravy se považuje velké množství turistických atraktivit zejména technického charakteru koncentrovaných na malém území. Jejich potenciál je obrovský, avšak každá z nich se vyvíjí samostatně a jejich majitelé mají různý názor na to, jak s nimi naložit. Některé jsou v majetku města, Národního památkového ústavu, nebo v rukou soukromníků, kteří je nechávají chátrat, bourají je, nebo pronajímají jako skladovací prostory.

Slabou stránkou Ostravy je také nedostatečná propojenost letiště Ostrava – Mošnov s centrem Ostravy a slabá nabídka letů do evropských destinací. Ostravské letiště Leoše Janáčka je jedním z nejmodernějších letišť v republice, od centra je vzdáleno cca 17 km (vzdušnou čarou), ale je stále nedostatečně napojeno na evropská mezinárodní letiště. Pokud by se Ostravě podařilo dostat své lety na letiště mezinárodního významu (Londýn, Paříž, Frankfurt, Curych, Amsterdam), význam letiště i Ostravy jako destinace by obrovsky narostl, a do regionu by se dostalo mnohem více zahraničních turistů, než je tomu doposud. Bohužel to však závisí pouze na iniciativě města a dostat se na mezinárodní letiště, ale spíše na propagaci a image Ostravy jako atraktivní lokality, kam budou chtít lidé přicestovat a strávit zde dovolenou apod. V další části práce bude zmiňován návrh propojení památek a památkových zón do jednoho komplexu nadregionálního významu, který by právě mohl být onou atraktivní záležitostí, která by přilákala do Ostravy i více zahraničních návštěvníků.

Areál Dolní oblasti Vítkovic má v sobě obrovský potenciál. Na jednom místě probíhal souvislý technologický proces od výroby uhlí, jeho koksování a následnou výrobu železa. Tato technická památka aspiruje na zápis do seznamu UNESCO a pro Ostravu představuje příležitost, jak z nevyužitého areálu plného ekologických zátěží a nevyužitých budov udělat moderní komplex, který budou využívat všechny věkové kategorie od nejmladších po nejstarší. V minulém roce se začalo s revitalizací a úpravou plynojemu, a vysoké pece č. 1. Areál Dolní oblasti Vítkovic by měl být propojením původní a moderní architektury průmyslového areálu vhodný pro trávení celodenních výletů a volného času, kongresů a jiných kulturních a zábavních akcí pořádané městem či soukromníky.

Naopak hrozbu pro město může představovat pomalá výstavba dopravní infrastruktury a stávající způsob propagace města a jeho památek. Počet vydaných publikací a propagačních materiálů představuje typ marketingu a propagace, ale je vhodný

pouze jako doplňkový a má spíše místní význam. Především je nutné dbát na cílenou propagaci v médiích a na internetu (turistické portály a cestovatelské pořady).

Marketingová strategie cestovního ruchu MSK předkládá „**realizační předpoklady pro TO Ostravsko**, kterými jsou především:

- rozvoj dopravní obslužnosti (hromadná doprava) významných atraktivit a Letiště Leoše Janáčka Ostrava,
- rozvoj a včasná dostavba sítě dálnic, silnic a ulic – především těch, které směřují k atraktivitám cestovního ruchu, vybudování odpovídajících parkovišť,
- rozvoj zařízení pro aktivní pobyt – sportovní areály, okolí řek Ostravice a Odry apod.,
- rozvoj a rekonstrukce kapacit pro kongresovou turistiku – Výstaviště Černá Louka, Areál VŠB-TUO v Ostravě – Porubě,
- další rozvoj atraktivit poznávací turistiky – technické památky, Dolní oblast Vítkovic, ZOO, muzea apod.
- další rozvoj možností pro relaxaci a wellness v Sanatoriích Klimkovice včetně rozvoje ubytovacích kapacit,
- rozvoj kulturních zařízení a akcí – podpora iniciativy Ostrava – Evropské hlavní město kultury 2015²⁴.

Poslední bod již ale není aktuální, protože v rozhodujícím okamžiku volby o titul Evropského hlavního města kultury roku 2015 se Ostrava titul nezískala, ale Evropským hlavním městem kultury pro rok 2015 se stalo město Plzeň.

²⁴ Převzato z Marketingové strategie CR v MSK

3 Vybrané atraktivity města a jejich využívání

Ostrava oplývá nezanedbatelným počtem především technických a jiných kulturních památek. Problémem ale zůstává, že turisté, kteří do města přijedou a tráví tu svůj čas, o nich neví, a pokud si dopředu nepřipraví svůj program, nemají šanci se o spoustě z nich dozvědět. V tomto ohledu se ukazuje nedostačující prezentace zajímavých lokalit města. Vedení města by mělo vidět hlavní úkol v tom, dostat Ostravu do podvědomí ve smyslu atraktivní lokality, které má co nabídnout a dokáže to také prodat.

Následující kapitola se zabývá tím, jaké největší unikáty lze návštěvníkům města nabídnout, jak je mohou využít, jak je navzájem propojit a společně propagovat a dostat do podvědomí lidí tak, aby se z Ostravy stala destinace nadregionálního významu.

Je všeobecně známo, že pokud lidé jdou za poznáním, většinou potřebují „něco“ navíc, mohou to být dodatečné a doplňkové služby či produkty, či místa, kde příjemně stráví celý den, místa, která skýtají pestrou nabídku volnočasových aktivit a zároveň poznání, za kterým člověk přijíždí především.

3.1 Vyhlídková věž Nové radnice

Budova Nové radnice (viz obrázková příloha č. 2) patří mezi největší atraktivity a dominanty v Ostravě. Byla postavena v letech 1925 – 1930 pod vedením Karla Kotase, Vladimíra Fischera a Jana Rubého. Budova byla slavnostně otevřena 28. října 1930 u příležitosti státního svátku vzniku Československé republiky a stále se hrdě pyšní titulem „největší radniční komplex s nejvyšší radniční věží v republice“. Vyhlídková věž byla vyrobena ve Vítkovických železárnách (tehdy Vítkovické horní a hutní těžířstvo) a měří 85,6 metrů. Vyhlídková terasa je ve výšce 73 metrů nad úrovní Prokešova náměstí, které je v nadmořské výšce 220 m n. m.

Budova Nové radnice je zdobena čtyřmi bronzovými sochami od Václava Macha, které symbolizují hornictví, hutnictví, obchod a vědu a každá z nich je vysoká 3,2 metru.

Interiéry radnice jsou obloženy mramorem, mahagonem a jinými vzácnými dřevy, a ačkoli budova slouží převážně jako administrativní, její foyer je často využíváno jako výstavní galerie.

K dalším zajímavostem v budově Nové radnice patří stále fungující páternoster, který je jedním z mála ojedinělých funkčních výtahů tohoto typu u nás.

Z ochozu vyhlídkové věže návštěvník může vidět nejen město (viz obrázková příloha č. 3), ale i jeho okolí, např. pohoří Beskyd s nejvyšším bodem, Lysou horou (1323 m n. m.), za pěkného počasí také Jeseníky a Praděd (1491 m n. m.). Výhledem se návštěvníci mohou kochat buď sami, nebo je možné si vyslechnout výklad zdejších průvodců.

3.1.1 Návštěvnost a využití vyhlídkové věže

Vyhlídkovou věž spravuje město, které je zároveň vlastníkem budovy Nové radnice. Město zřídilo společnost Ostravský informační servis s. r. o., která sídlí v 6. patře Nové radnice. Tato společnost provozuje samotnou vyhlídku, podává klientům informace, poskytuje směnářské služby, prodává lístky na různá kulturní představení a také poskytuje klientům komentované prohlídky na ochozu věže a mimo jiné také nabízí komentované prohlídky města Ostravy.

Vstup na věž je zpoplatněn. Slevy jsou poskytovány dětem, studentům, seniorům a držitelům karet ZPT. Dále jsou poskytovány hromadné slevy pro větší skupiny nad 10 osob (školy, zájezdy apod.). Cena prohlídek městem je potom ekvivalentní rozsahu, náročnosti či jazykového doprovodu.

Společnost Ostravský informační servis s. r. o. provozuje i nižší ochoz u paty věže v 7. patře Nové radnice, který je po rekonstrukci přizpůsoben ke konání svatebních obřadů, setkání, konferencí a meetingů. Nižší ochoz disponuje lavičkami a řečnickým pultem s mikrofonom a reproduktory.

Statistika a evidence návštěv na vyhlídkové věži funguje od roku 2001, přičemž podrobnější statistiky nejen návštěvnosti, ale i dalších činností pobočky Věž se dělají od roku 2005.

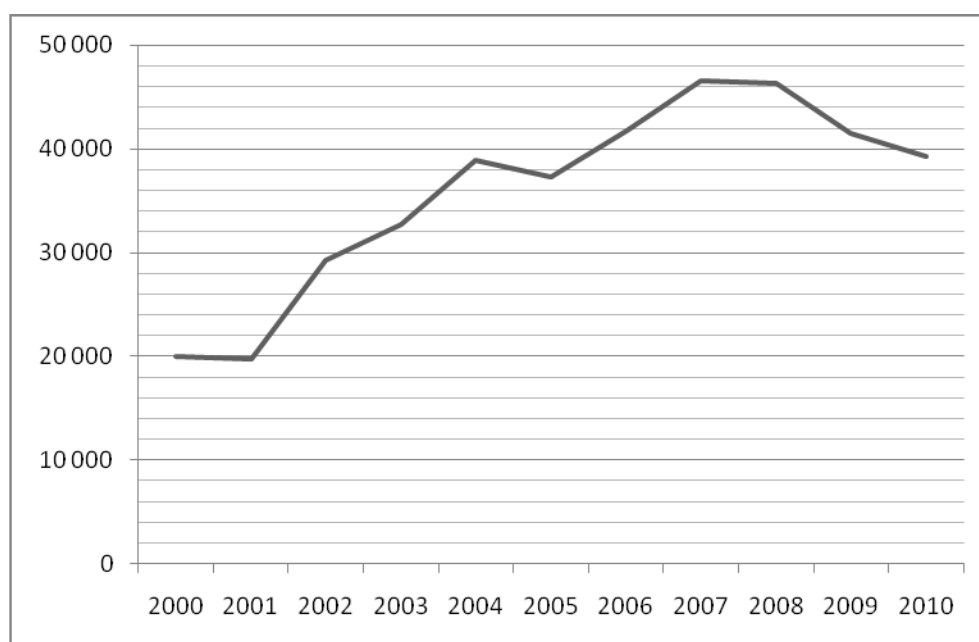
Návštěvnost věže ovlivňuje hned několik faktorů. Na rozdíl od krytých expozic jiných turistických atraktivit je návštěvnost věže podmíněna počasím a povětrnostními vlivy. V zimních měsících je návštěvnost velmi slabá, naopak s nastupujícím jarem začíná na věži sezona (duben – říjen) a měsíční návštěvnost tu spolehlivě přesahuje hodnotu 3 000 návštěvníků za měsíc. V období hlavní turistické sezony se v Ostravě koná také spousta kulturních, hudebních a sportovních akcí, které do města lákají rok od roku více turistů.

V následujícím grafu je zobrazen vývoj celkové návštěvnosti (viz příloha č. 3) od roku 2000 až do roku 2010. Mezi roky 2002 – 2004 a 2005 – 2007 sledujeme prudký

nárůst celkové roční návštěvnosti. Tento nárůst můžeme připisovat silnému a kvalitnímu marketingu firmy, a také zvýšení nabídky a pestrosti poskytovaných služeb Ostravského informačního servisu s. r. o. na všech jeho pobočkách.

Mezi roky 2008 a 2009 můžeme sledovat pokles, ke kterému došlo v důsledku zdražení ceny vstupného a projevíly se tu i dopady celosvětové hospodářské krize a s ní spojené aspekty kupního chování zákazníků. Nutno podotknout, že cíleně plánované akce (tematické prohlídky městem s průvodcem) se setkaly v roce 2010 s nízkým zájmem, který byl do jisté míry ovlivněn i počasím.

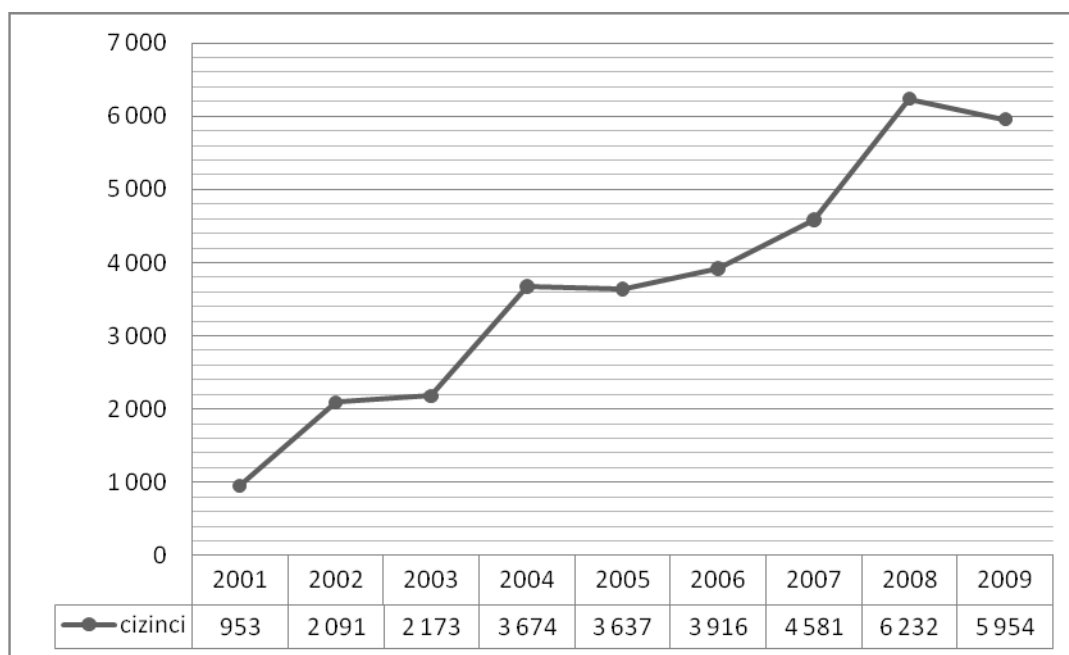
Graf č. 7: Vývoj návštěvnosti vyhlídkové věže Nové radnice



Zdroj: Statistiky návštěvnosti vyhlídkové věže vedené Ostravským informačním servisem s. r. o.

Vývoj celkové návštěvnosti zahraničních klientů na vyhlídkové věži stoupá celkem rovnoměrným tempem a kromě minulého roku, kdy byl zaznamenán mírný pokles, se nedá mluvit o nijak zásadních výkyvech.

Graf č. 8: Vývoj celkové návštěvnosti zahraničních klientů v letech 2001 – 2009



Zdroj: Statistiky návštěvnosti vyhlídkové věže vedené Ostravským informačním servisem s. r. o.

Podle sledovaných statistik OIS činí podíl zahraniční klientely více jak 10 %. Nejčastějšími návštěvníky ze zahraničí jsou obyvatelé našich nejbližších sousedů – Polska, Německa a Slovenska. Dalšími významnými skupinami zahraničních návštěvníků jsou obyvatelé Spojeného království, Ruska, USA, Francie aj. Zahraniční klientele dominují obyvatelé Polska, kteří mají téměř třetinový podíl na cizinecké návštěvnosti. Z předchozího grafu je patrné, že zájem zahraniční klientely o vyhlídkovou věž rok od roku roste, aniž by se vedení společnosti OIS jakkoli zaměřovalo na marketing a propagaci této atraktivní památky v zahraničí. Pokud by zájem zahraničních turistů rostl i nadále a došlo by k cílenému marketingu ve vybraných zahraničních oblastech (viz kapitola 2. 6.), z vyhlídkové věže by se mohla stát jedna ze stěžejních památek ve městě, na které by Ostrava mohla stavět při propagaci místního cestovního ruchu.

Propagaci vyhlídkové věže a jimi pořádaných akcí zabezpečuje vedení OIS, jež distribuuje letáky a pozvánky na akce do ostatních poboček OIS a dopravní podnik, se kterým má OIS smlouvenou placenou reklamu. Dalším způsobem propagace vyhlídkové věže i činnosti Ostravského informačního servisu s. r. o. je reklama v novinách (Ostravská radnice), přidávání drobných letáčků s upoutávkou na prohlídky městem do vstupenek na věž a rozesílání pozvánek na akce do školských zařízení. Tato reklama se více než ujala, jelikož školy mají zájem o prohlídky na ochozu věže a tematické prohlídky

reprezentačních prostor radnice, ve kterém průvodci žákům přiblíží fungování státní správy a samosprávy ve městě.

3.2 Dolní oblast Vítkovic

Dolní oblast Vítkovic (viz obrázková příloha č. 4) je celoevropským a možná i světovým unikátním komplexem, ve kterém přes 150 let probíhal celý technologický tok výroby železa od těžby uhlí, po zpracování uhlí na koks, díky kterému se následně roztápí pece na výrobu surového železa.

3.2.1 Historie areálu

Hutnictví má v Moravskoslezském kraji dlouholetou tradici. První zmínka o zpracování železa pochází z 16. století, kdy v Čeladné fungovala pec na dřevěné uhlí. Založení železáren v Ostravě se datuje k roku 1828, kdy na popud olomouckého arcibiskupství, které chtělo modernizovat a rozšířit závody ve Frýdlantech nad Ostravicí, byl zřízen závod při ulici Místecké a byla tu vybudována pudlovna a válcovna v rámci Rudolfovy huti (pojmenováno po olomouckém arcibiskupovi Rudolfovi, který hut' založil). Důvodem, proč byl závod vybudován právě v Ostravě, byla skutečnost navržení dobudování železnice vedoucí z Vídně do Polska a blízkost všech potřebných surovin.

První koksovna byla vybudována v roce 1831, a to z důvodu, že ostravské uhlí je kvalitní a velmi dobře koksovatelné. V témže roce majitel huti zemřel a jeho podnik šel do konkurzu. Už tehdy se o něj zajímal budoucí majitel S. M. Rotschild, ale kvůli jeho židovskému vyznání neuspěl. V roce 1836 byla hut' pronajata společností vídeňských bankéřů, kde byla hlavním akcionářem právě S. M. Rotschild. Ten se stal hlavním majitelem huti v roce 1843. Od té doby zažily vítkovické železářny velký rozkvět. Rotschild byl významný podnikatel a ve Vítkovicích založil nejen pece anglického typu, rozšířil závod a dobudoval zázemí pro zaměstnance. V těsné blízkosti závodu vystavěl dělnické kolonie, kostel, radnici, nemocnici, školy a další budovy postavené především z režného neomítnutého zdiva, které může návštěvník obdivovat dodnes, a které jsou pro Vítkovice typické.

S. M. Rotschild v roce 1851 zahájil průzkumy podloží přímo v blízkosti železáren a roku 1852 zde začal hloubit důl Hlubina. Dříve se uhlí ke zpracování v koksovnách dováželo až z dalekého Landeku. Salomon M. Rotschild byl velmi prozíravý,

a tak z průmyslového závodu udělal i architektonický skvost. K výstavbě budov v rámci areálu si pozval přední architekty, mimo jiné i ostravského architekta Felixe Neumanna, který projektoval budovy starých koupelen.

V roce 1886 převzala společnost Vítkovické horní a hutní těžířstvo do vlastnictví konkurenční Žofinskou huť, která se nacházela v těsném sousedství, a v jejímž areálu byly další dvě vysoké pece.

Ve 40. letech 20. století byl celý závod elektrifikován a parní stroje nahrazeny stroji elektrickými. Celý provoz se tak stal mnohem výkonnějším a stačil pokrýt poptávku po surovém železe i upravených produktech. Od 60. let 20. století se začalo s postupným zastavováním provozů železáren kvůli výstavbě nové huti v Ostravě – Kunčicích a také kvůli snížení odbytu surového železa a snížení poptávky. V roce 1966 byla zastavena a následně zlikvidována vysoká pec č. 5, postupně byl omezován provoz Žofinské huti, v roce 1971 byla odstavena pec č. 3 a o rok později i pec č. 2. Po likvidaci Žofinské huti byly zrekonstruovány pece v areálu Vítkovických železáren – pece č. 1, 4 a 6. Ty byly ale postupně také odstaveny, v roce 1991 byla uzavřena vysoká pec č. 4, o čtyři roky později byla uzavřena vysoká pec č. 6 a poslední odpich ve Vítkovických železárnách se uskutečnil na peci č. 1 dne 29. září 1998.

Železná ruda na výrobu surového železa se sem přivážela nejprve z Beskyd (do 50. let 19. století), potom ze Spíše (Slovensko), ze Švédska (do 1. světové války) a Sovětského svazu (dnešního Ruska). Nejvyšší kvalita rudy s největším obsahem železa byla ze Spíše a Švédska. Vzhledem k politické situaci v zemi po roce 1945 musely Vítkovické železářny odebírat nekvalitní železnou rudu z tehdejšího Sovětského svazu.

V průběhu 150 let, kdy se ve Vítkovických železárnách vyrábělo železo, zde bylo postaveno a přestavěno několik pecí. První z nich (v roce 1836) měla objem 48 m³. V současné době stojící pec č. 1 (nejblíže ulici Místecké) má objem 700 m³, dále stojící pec č. 4 a 6 měly objem cca 1100m³ a patřily k jedněm z největších pecí v republice.

Po ukončení provozu byl celý areál dolu Hlubina, koksovny a vysokých pecí prohlášen za technickou památku a následně byly zahájeny práce na zpřístupnění provozů pro veřejnost formou komentovaných prohlídek a odborných exkursí.

3.2.2 Návštěvnost a využití Dolní oblasti Vítkovic

Dolní oblast Vítkovic je specifický průmyslový areál, který nemá jinde v republice ani ve světě obdoby. Po uzavření provozu vysokých pecí v roce 1998 dále probíhaly některé udržovací a odstavné práce a roku 2002 se tento komplex dolu Hlubina, koksovny a tří vysokých pecí stal národní kulturní památkou.

Areál byl zpřístupněn veřejnosti v květnu roku 2007, kdy vzniklo zájmové sdružení právnických osob „Dolní oblast Vítkovice“ za účelem obnovy a znovuzpřístupnění NKP. Provázelo se i dříve, avšak jednalo se jen o mimořádné prohlídky povolené vedením Vítkovic. V roce 2008 se areál stal součástí Evropského kulturního dědictví. Současnou činností sdružení je zabezpečit zachování NKP, a zároveň z ní udělat nový a moderní komplex, který budou využívat všechny generace. Hlavním cílem a myšlenkou je tedy z Dolní oblasti Vítkovic vytvořit soubor objektů, který bude sloužit vysokoškolským, vědeckým a výzkumným, kulturním i volnočasovým aktivitám, který významně zvýší návštěvnost Ostravy i regionu a stane se atraktivitou nadregionálního významu.

V současnosti je část areálu v 1. etapě rekonstrukce a realizace tohoto projektu. Tím jsou myšleny opravy a udržování vysokých pecí, kompresorovny a rekonstrukce plynojemu v areálu NKP.

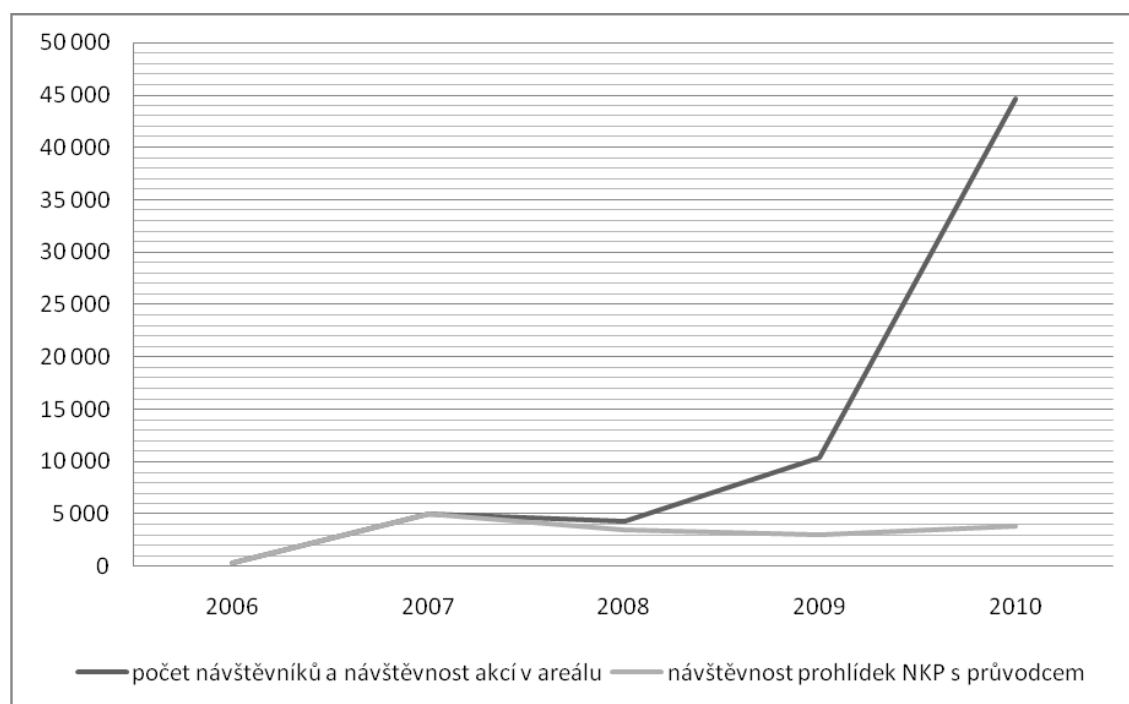
Prohlídky NKP se do roku 2009 zaměřovaly pouze na objekty vysokých pecí, kompresorovnu, plynojem a koksovnu. Od roku 2010 se zpřístupnil i areál dolu Hlubina a současná prohlídková trasa je tak vedena chronologicky podle technologického toku od těžby uhlí po výrobu surového železa – důl Hlubina, koksovna a vysoké pece.

Statistiky vedené pracovníky NKP pečlivě zaznamenávají a rovněž rozlišují prohlídky s průvodcem a samostatné akce pořádané soukromníky či městem. V následujícím grafu vidíme vývoj návštěvnosti Dolní oblasti Vítkovic. Červenou křivkou jsou znázorněny prohlídky s průvodcem, jež v průběhu sledovaného období nepřekročily hranici 5 000 návštěvníků. Vezměme v úvahu, že NKP Dolní oblast Vítkovic je unikátní komplex, který má návštěvníkům co nabídnout a přesto má nejnižší návštěvnost prohlídek z vyselektovaných atraktivit v této diplomové práci. Je tedy do budoucna nutné změnit způsob, jakým je památka prezentována²⁵.

²⁵ O způsobech prezentace a propagace bude více napsáno v kapitole o hodnocení potenciálu cestovního ruchu v TO Ostravsko.

Tmavší křivka v grafu nám ukazuje vývoj návštěvnosti akcí²⁶ pořádaných v areálu NKP Dolní oblast Vítkovice. Tyto dvě skupiny návštěvnosti byly záměrně odděleny, aby bylo dobře patrné, jaký obrovský rozdíl je mezi lidmi, kteří přijdou za poznáním a lidmi, kteří přicházejí za zábavou. Současný záměr majitelů NKP a investorů je vybudovat z areálu NKP Dolní oblast Vítkovice nový a moderní komplex, který bude skýtat více možností, jak trávit volný čas v areálu této technické památky. Záměr je to rozhodně správný, přesto by neměl být opomíjen a potlačován potenciál historicky cenné památky, kterou Dolní oblast Vítkovic nepochybně je.

Graf č. 9: Vývoj počtu návštěvníků NKP Dolní oblast Vítkovice v letech 2006 - 2010



Zdroj: Statistiky vedené v NKP Dolní oblast Vítkovice

²⁶ Akce pořádané v areálu NKP Dolní oblast Vítkovice – Den otevřených dveří, Janáčkův máj, Dětský ateliér, Mezinárodní olympiáda hasičů, Festival Ostravské dny, Mezinárodní bienále Industriální stopy, Festival AW Ostrava, Filmový festival Ostrava Kamera Oko, Mezinárodní konference TICCIH, Otevření provozu ve Starých koupelnách, Festival Dream Factory, Akce Přihláška FEST, Akce POP DE BUBBLE, Výstava OVArt ve Starých koupelnách, Akce Pecha Kucha Night, Muzic Ear, Akce Ymca, Malování u Vysokých pecí, Muzejní noc v Dolní oblasti, Koncert START!!! LÉTO!!!, Štafetový běh Ostrava 2015, Návštěva komisařů v rámci kandidatury Ostravy jako Evropské hlavní město kultury 2015, Prezentace pilotního exponátu EXPO 2010 – Zlatá slza pro veřejnost Ostravy

3.3 Národní kulturní památka Důl Michal

Národní kulturní památka Důl Michal (viz obrázková příloha č. 5) představuje jedinečný technický a architektonický celek. Unikátní je především zachování areálu dolu a budov ve stavu tzv. „posledního dne horníka“. Smyslem a cílem památkové péče je uchovat autentičnost prostředí dolu v jeho původní podobě, aby návštěvník měl pocit, že horníci ze svých pracovišť odešli teprve včera.

3.3.1 Historie areálu NKP Důl Michal

Historie vzniku dolu Michal sahá až do roku 1842, kdy bylo v místě dnešního dolu Michal rakouskou vládou zřízeno privilegované kutiště a o rok později se zde začaly hloubit tři jámy – jáma Ferdinand, jáma Vrtná a jáma č. 3, později pojmenovaná Michal po zesnulém c. k. dvorním radovi Michaelu Layerovi. Státem řízený důl byl však dlouhodobě ztrátový, a proto ho roku 1856 odkoupila společnost Severní dráhy Ferdinandovy, která postavila a provozovala železniční trať vedoucí z Vídně přes Ostravu až do Polska. Společnosti se podařilo důl vyvést ze ztráty a v jejím vlastnictví důl setrval až do znárodnění v roce 1945, kdy se společně s dalšími doly stal součástí národního podniku Ostravsko-karvinské kamenouhelné doly. Po roce 1945 důl několikrát změnil název, např. na důl Petr Cingr (podle sociálnědemokratického poslance rakouského říšského sněmu).

Po roce 1990 došlo v Ostravě k silné restrukturalizaci těžkého průmyslu a důl ukončil těžbu 30. května 1993. Ihned po skončení těžby začaly revitalizační práce na dole a zasypávání jámy, které bylo dokončeno v roce 1995. V roce 1994 důl a přilehlý areál převzalo Ministerstvo kultury České republiky, které zde zřídilo Průmyslové muzeum v Ostravě a později se sloučilo s Památkovým ústavem v Ostravě.

Samotný důl prošel postupně stavebním a technickým vývojem. Po odkupu dolu společností Severní dráhy Ferdinandovy došlo roku 1862 k připojení na báňskou dráhu, která umožňovala expedovat vytěžené uhlí do koksoven, k dalšímu zpracování apod. Společnost se rozhodla rozšířit těžní jámu a při ražebních pracích došlo ke zřízení vrchní části jámy a do vzniklého kráteru se sesunula celá budova strojovny i část těžní věže a celý areál se tak musel rekonstruovat a některé budovy se musely znovu postavit. Nové přestavby se areál dočkal v období 1913 – 1915 pod vedením významného architekta Františka Fialy a na důl Michal byla soustředěna těžba z okolních menších dolů Jan, Josef,

Petr a Pavel, stejně jako jeho následná úprava a expedice. Po přestavbě dolu se stal provoz plně elektrifikovaným a mohly se tak nakoupit výkonné povrchové stroje, které jsou dodnes umístěny ve strojovně v rámci expozice. V současné době je důl majetkem Národního památkového ústavu.

Hloubka jámy na dole Michal činila 671 m, a v době nejintenzivnější těžby zde pracovalo na 2 000 horníků. Těžební pole mělo rozsah přes 1 000 m³.

3.3.2 Návštěvnost a využití areálu dolu

Pro veřejnost byl areál dolu slavnostně otevřen 18. dubna 2000 a prohlídková trasa vede návštěvníka přesně těmi místy, jimiž musel horník projít, než šel na šachtu. Prohlídka začíná ve známkovně, kde si musel každý horník vyzvednout svou osobní známku²⁷. Prohlídka pokračuje v řetízkových šatnách (viz obrázková příloha č. 6) a koupelnách. Každý horník měl přidělené dva řetízky, na kterých měl pověšen svůj oděv (pracovní a civilní šaty). Dále se návštěvníci dostanou do správní budovy, kde si prohlédnou expozici důlního měřictví, kancelář geologa, expozici první pomoci a dispečink dolu, výdejnu svačin a cechovnu s lampovnou, tedy místa, kterými musel horník projít ještě předtím, než sfáral do dolu. Potom se z vnitřní expozice správní budovy přesunou do areálu samotného dolu, kde jim průvodce přiblíží princip těžby uhlí. Prohlédnou si dominantu dolu – těžní věž měřící přes 40 m, třídírnu uhlí (pouze venkovní expozice), dále navštíví strojovnu

a kompresorovnu, kde prohlídka končí. Ve strojovně se nacházejí dva elektrické těžní stroje z roku 1912, dva pístové kompresory, dva turbokompresory a dva elektrické rotační měniče, které ocení především technicky zaměření lidé.

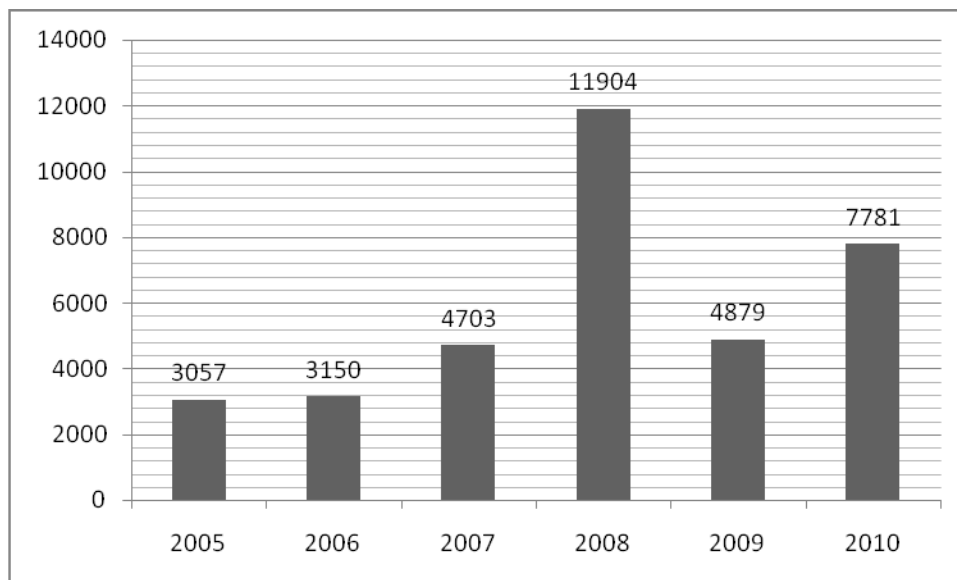
Průvodci se snaží při svých prohlídkách zmínit možnost návštěvy jiných kulturních a turistických zařízení, upozorňují například na důlní expozici v hornickém muzeu na Landeku, či na Dolní oblast Vítkovic. Jejich cílem je, aby návštěvník odcházel spokojen a mohl tak prohlídku doporučit svým známým k návštěvě.

V zimních měsících listopad – únor je zavřeno, přesto je možné se na prohlídku objednat. Proto i ve statistikách jsou počty návštěvníků uvedeny, povětšinou se jedná o menší organizované skupiny návštěvníků, které nijak fakticky neovlivňují statistiku návštěvnosti NKP Důl Michal. Celková délka prohlídky trvá cca 1,5 hodiny a je možné si

²⁷ Jednotlivé tvary a barvy známek se lišily podle funkce (specializace) a s měny každého horníka.

sjednat noční nebo cizojazyčné prohlídky v anglickém, německém nebo polském jazyce. V těchto případech se ale návštěvníci musí objednat předem.

Graf č. 10: Vývoj návštěvnosti NKP Důl Michal v letech 2005 – 2010



Zdroj: Statistiky evidované v NKP Důl Michal

Návštěvnost NKP Důl Michal (viz příloha č. 5) se podrobněji eviduje od roku 2005. V předchozím grafu vidíme, že návštěvnost postupně stoupá, na rozdíl od vývoje návštěvnosti např. vyhlídkové věže Nové radnice. Výjimkou je rok 2008, kdy návštěvnost extrémně převyšuje hodnoty ostatních sledovaných roků. Důvodem byla březnová výstava Orbis Pictus v areálu NKP Důl Michal a připočítání návštěvníků do evidence statistik. Návštěvnost v jednotlivých měsících je uvedena v tabulkových přílohách.

Ačkoli se jedná o národní kulturní památku, objekty v areálu dolu jsou zčásti pronajímány soukromníkům či firmám, které tu provozují svou podnikatelskou činnost. Pronajímají se prostory hal a jiných drobných průmyslových objektů. Nájemné se určuje podle velikosti a účelu využití stavby či místnosti a rozlišují se pronájmy krátkodobé (měsíční) či dlouhodobé (roční). Těžní věž dolu Michal slouží zčásti pro instalaci antén. Typ ani montáž antény nesmí narušit ráz chráněné technické památky. „První, co návštěvník uvidí, je věž, ne antény“, říká Ing. Rucki.

Prostory správní budovy jsou zčásti rekonstruovány tak, aby se daly využívat pro konference, školení, meetingy, oslavy, apod. prostory starých ženských koupelen byly v rámci rekonstrukce části správní budovy (vstupní haly) rekonstruovány a předělány tak,

abych v nich mohla být provozována kavárna. Naopak využití pro budovu třídírny uhlí či těžní budovu se stále hledá.

Areál NKP Důl Michal v jedné z okrajových částí Ostravy, v Michálkovicích. Jeho nevýhodou je lokalizace a špatná dostupnost, která z této památky činí opomíjený objekt zájmu. Nabídka poskytovaných služeb je obdobná jako u hornického muzea v Ostravě-Petřkovicích, přesto návštěvnost obou těchto památek se diametrálně liší.

Návrhem by mohla být spolupráce právě s hornickým muzeem a Dolními Vítkovicemi. Zatímco v hornickém muzeu by se návštěvník dozvěděl o těžbě uhlí a řarání do dolu, na dole Michal by se pro změnu dozvěděl, co předcházelo tomu, než se horník spustil klecí do dolu a kterými částmi dolu si musel projít. Byla by to určitě zajímavá spolupráce, pro kterou by se dal využít návrh turistických slevových karet či propojení turistických atrakcí v Ostravě, které jsou obsahem další části práce.

Všemu by ale musela předcházet jednání o vzájemné spolupráci a hlavně dohoda o provozování, jelikož areál dolu Michal je v péči Národního památkového ústavu, Dolní oblast Vítkovic a LandekPark vlastní soukromý majitel.

3.4 Hornické muzeum v Ostravě-Petřkovicích – Landek Park

Vrch Landek v Ostravě – Petřkovicích je lokalita, která teprve v poslední době nabývá na významu, jelikož toto místo je spojeno nejen s prvním oficiálně doloženým nálezem a účelným použitím uhlí před 23 000 lety, ale také s povrchovým i hlubinným dobýváním černého uhlí v této lokalitě. Areál hornického muzea (viz obrázková příloha č. 7) čítá celkem 14 budov, které byly vystavěny ve stylu průmyslové secese a kubismu a všechny jsou zapsány na Seznamu kulturních památek ČR. V areálu, který je volně přístupný, je možno shlédnout venkovní sbírku těžké dobývací a razicí techniky, která ale v ostravském černouhelném revíru nebyla používána (pouze v karvinském), důlní expozici a expozici báňského záchranářství, které patří k unikátům industriálního dědictví České republiky.

3.4.1 Historie Landeku a hornického muzea

Jak již bylo napsáno v kapitole dotýkající se historie Ostravy, prvopočátky osídlení na Landeku jsou doloženy už ze starší doby kamenné, kdy na vrchu Landek měli tábořiště lovci mamutů a existuje spousta archeologických nálezů, které osídlení dokumentují. Tito lidé již dokázali používat uhlí a jedná se o první doložené používání uhlí na světě²⁸.

Od 8. do 10. století stávalo na kopci slovanské hradisko, které ale zaniklo a od 13. století na jeho místě stával hrad, který byl vybudován v letech 1253 – 1256 za vlády Přemysla Otakara II. Hrad vlastnila opavská knížata a měl sloužit k ochraně hranic českého státu a jantarové stezky vedoucí přes Ostravu dále do Polska. Ve druhé polovině 15. století byl hrad poničen průchodem vojsk Matyáše Korvína a jeho funkce tak zanikla. Pozůstatky hradu byly patrné do roku 1912, ale obyvatelé nejbližších obcí jej rozebrali a zbylý materiál použili pro svá obydlí. Dnes na místě bývalého hradu stojí rozhledna, ze které je netradiční pohled na Ostravu a soutok Odry a Ostravice.

Těžba černého uhlí byla na Landeku zahájena v roce 1782 pravidelná těžba štolovým způsobem²⁹. Tehdejší majitel hlučinského panství, pan Adam Jan z Gruttschreiberů si byl dobře vědom, jakou cenu má uhlí a tak i dobývání uhlí na Landeku je uváděno jako první těžba černého uhlí pro podnikatelské účely. Hlučinské panství často měnilo majitele a s ním i majitele kamenouhelných dolů na Landeku. Dne 31. 8. 1845 koupil panství Salomon Meyer Rothschild, který jej zvelebil a po jeho smrti v roce 1859 jej převzal jeho syn Anselm Salomon Rothschild se svou ženou Charlottou. Právě po něm byla šachta přejmenována na důl Anselm.

Po okupaci přešel důl pod správu československého státu a v roce 1945 byl znárodněn a přičleněn pod podnik Ostravsko-karvinské kamenouhelné doly Ostrava.³⁰

V roce 1964 byl důl začleněn pod Důl Vítězný únor v Přívoze a po roce 1973 bylo uhlí vytěžené v Petřkovicích dopravováno podzemím právě do tohoto dolu. Těžba na důlním poli dolu Anselm byla ukončena 2. srpna 1991 a o rok později byla jáma zasypána.

²⁸ Objev sídliště lovce mamutů byl učiněn v roce 1924 při úpravě tenisových kurtů na vrcholu kopce. Postupné průzkumy Landeku pokračovaly až do roku 1953, kdy byla nalezena Petřkovická venuše.

²⁹ Přejít ze štolové (povrchové) těžby černého uhlí na hlubinnou těžbu se uskutečnil v roce 1835, kdy byla vyhloubena jáma Ferdinandovo štěstí.

³⁰ Důl několikrát změnil své jméno. V roce 1946 byl přejmenován na Důl Masaryk, v roce 1951 dostal jméno Důl Eduard Urx (tento název je v současnosti dobře patrný na těžní budově).

Již za provozu dolu, v roce 1987, zde bylo založeno hornické muzeum, které bylo veřejnosti poprvé otevřeno 4. prosince 1993, na svátek patronky horníků, sv. Barbory. Muzeum patřilo pod správu OKD a. s. V roce 1997 podal Evžen Tošenovský, tehdejší primátor Ostravy, návrh vládě ČR, aby usilovala o zápis areálu hornického muzea a vrchu Landek na Seznam světového dědictví UNESCO.

Jáma na dole Anselm dosahovala hloubky 900 metrů a v celé éře dolu se tu vystřídalo nad 700 tisíc horníků a zaměstnanců.

3.4.2 Návštěvnost a využití areálu muzea

Hornické muzeum v Ostravě – Petřkovicích je největší podnikové muzeum v České republice. Do května 2010 patřilo pod společnost OKD a. s. a od 1. 6. 2010 jej převzali do holdingu Vítkovice a. s. Společnost OKD a. s. totiž chtěla v areálu provozovat tzv. „coal business“, což představovalo zakonzervování památky za jediným účelem – expozicí historie dobývání uhlí, důlní expozice a expozice báňského záchranářství. Současný záměr sdružení³¹ je zachovat expozici hornického muzea, zmodernizovat ji a nabídnout tak návštěvníkům větší komfort a více zážitků a propojit tak dvě nejvýznamnější technické památky na území města (Dolní oblast Vítkovice a Landek).

Vize projektantů Landeku je vytvořit interaktivní muzeum (zatím jsou idey a koncepce), aby návštěvník nepoznal jen jednu expozici, ale aby v areálu muzea či jeho přilehlého okolí mohl strávit celý den.

Projektanti Landeku si areál rozvrhli do tří částí – historické (areál muzea, staré budovy, důlní expozice), sportovní (bývalé lanové centrum) a relaxační zóny (klidová zóna v blízkosti řeky Odry, stará hornická stezka).

V roce 2011 budou zahájeny revitalizační práce na stezkách v okolí Landeku (zabezpečení štol a úseků kolem stezek). Současně s nimi budou plánovány kondiční trasy pro návštěvníky. V minulých letech, ještě před uzavřením dolu Anselm, byla lokalita okolí Landeku oblíbeným místem procházek, relaxace a trávení volného času obyvatel přilehlých obcí a Ostravy. V klidové zóně v těsné blízkosti dolu se nacházely dvě výletní restaurace a lidé se tu mohli projíždět na lodičkách po slepém rameni řeky Odry. Projekt revitalizace a modernizace Landeku počítá s tím, že právě do lesů v blízkosti Landeku se tento čilý ruch vrátí a že se jim podaří obnovit tuto část Ostravy.

³¹ Patří sem: Moravskoslezský kraj, Statutární město Ostrava, Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, Národní památkový ústav, aj.

V nejbližší době začne 1. fáze připravovaného projektu – revitalizace historické části areálu, tzn. rekonstrukce a částečná modernizace budov, kterou neprojektoval známý architekt Pleskot. Vše bude koncipováno tak, aby nebyla narušena historická hodnota všech budov a zároveň, aby měl návštěvník pocit, že je v uceleném komplexu.

Druhá, sportovní, fáze je v řešení a připravuje se vhodný výběr volnočasových aktivit, který by návštěvníkovi umožnil se od expozic odreagovat a zároveň, aby ho měli chuť navštívit znovu.

Třetí fáze se bude týkat klidové zóny v blízkosti areálu hornického muzea. Sdružení už podalo návrh na změnu územního plánu, kvůli biokoridoru nadregionálního významu, který byl předběžně schválen, tudíž je možno počítat s úspěšností tohoto projektu. V úvahách projektantů je propojit areál hornického muzea s Komenského sady v návaznosti na Novou Karolinu, trojhalí a Dolní oblast Vítkovic. V celé trase tohoto propojení by měla vést in-line dráha a v úvahách je i lanová dráha³².

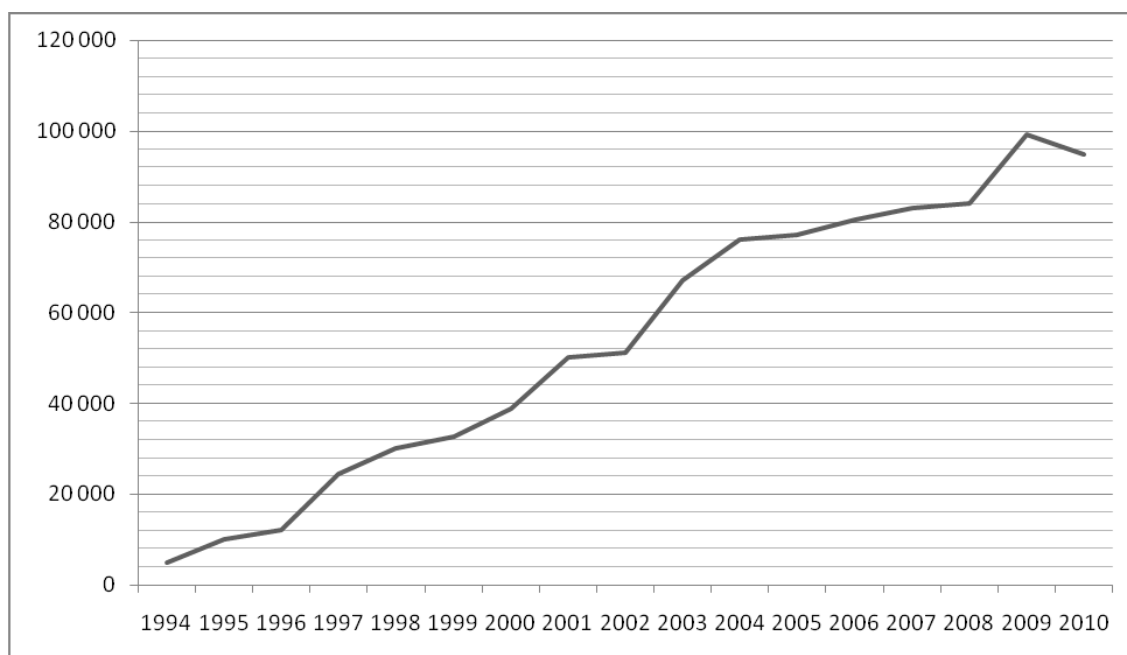
Po finanční stránce je areál nejvíce ziskový z pronájmů ostatním ekonomickým subjektům, které tvoří více jak polovinu jeho celkových příjmů. V minulých letech byla zrekonstruována kompresorovna, která představuje možnost pořádat zde firemní akce, plesy, svatby či hostiny a k pronájmu jsou uzpůsobeny i další budovy v areálu muzea.

Návštěvnost hornického muzea (viz příloha č. 4) se eviduje již od roku 1994, tedy od prvního roku, kdy začalo muzeum fungovat. Podle slov pana Ing. Lumíra Place návštěvnost stoupne jen tehdy, pokud se lidem nabídne něco nového, proto se i muzeum snaží připravovat pro návštěvníky různé doprovodné akce, modernizuje expozice. Do budoucna připravuje muzeum modernizaci a zatraktivnění důlní expozice. Chystá se instalace světelných a zvukových efektů, aby měl návštěvník skutečně pocit, že jede důlním výtahem na šichtu a že klesá několik set metrů pod zem, ačkoli ve skutečnosti pojede jen pár metrů. Takový impuls by podle jeho slov měl zvýšit opakovanou návštěvu a doporučení rodinným příslušníkům, známým a přátelům.

Areál hornického muzea chce tímto projektem svým klientům nabídnout komplexní turistický balíček, což je v současnosti turisticky velmi atraktivní produkt.

³² Zajímavé by bylo udělat lanovou dráhu podobnou těm, které dřív v Ostravě skutečně byly. Tyto „lanovky“ dopravovaly uhlí z dolů do koksoven, nebo naopak vytěženou hlušinu na odvaly, jichž bylo v Ostravě nepočítaně.

Graf č. 11: Vývoj návštěvnosti hornického muzea Landek Park v letech 1994 - 2010



Zdroj: Statistiky evidované v hornickém muzeu v Ostravě - Petřkovicích

V grafu vidíme, že návštěvnost hornického muzea se rok od roku navyšuje a v roce 2009 se jen těsně zastavila pod hranicí 100 000 návštěvníků za rok. Zájem o tuto lokalitu rok od roku roste, přesto si provozovatelé myslí, že je ještě nedostatečně propagovaná a budou hledat nové způsoby, jak tento unikátní celek prezentovat a zafixovat do podvědomí lidí³³. I z tohoto důvodu se účelově spojili s Dolní oblastí Vítkovic, aby se tento soubor technických památek prezentoval jako celek. Toto spojení je nadějně v tom ohledu, že pan Ing. Jan Světlík má jasnou vizi, která vynaložit s potenciálem Dolní oblasti Vítkovic a nově připojeného hornického muzea LandekPark a zvýšit

3.5 Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v TO Ostravsko

Podle marketingové strategie cestovního ruchu turistické oblasti Ostravsko by se měl cestovní ruch v této oblasti zaměřit především na mladé lidi do 35 let a na kategorii seniorů, tzn. občanů nad 65 let. Jejich potenciál tkví v tom, že tyto skupiny nejvíce utrácejí. Senioři si potrpí na kvalitu a rádi si připlatí za kvalitní služby, kdežto mladí lidé naopak ocení a očekávají nápaditost a pestrost nabídky cestovního ruchu. Necestují pouze za poznáním, ale chtějí si i užívat a proto vyhledávají pestré a netradiční služby, které

³³ O způsobech prezentace a propagace bude více napsáno v kapitole o hodnocení potenciálu cestovního ruchu v TO Ostravsko.

využívají. Starším lidem je proto vhodné nabízet a uzpůsobit turistické balíčky – spojit turistický zážitek s wellnes, lázněmi, masážemi apod. Návrhem tedy je vytvoření balíčku pro seniory spojený s návštěvou kulturních či technických památek s večerním relaxem nebo např. tematická komentovaná prohlídka spojená s příjemnou masáží. Mladým lidem naopak nabízet balíčky v podobě zážitků – rovněž je možné zapojit návštěvu turistické atraktivity, případně tematické komentované prohlídky spojenou s konzumací drinků, či příjemného posezení v kavárnách, spolupráce s Vaňkovým kopcem – sjezd na koloběžce z kopce, zorbingem apod. Vše uzpůsobit tak, aby si klient užil jak zážitek, tak prohlídku památky, kterou si vybere. Tyto balíčky je však nutné rozšiřovat v návaznosti na blízké okolí – přidávat programy a zážitky s pobytem v celém Moravskoslezském kraji (Beskydy, Jeseníky, Opavsko, Kopřivnice, apod.). V současné době je totiž trend navštívit danou destinaci jen krátkodobě – na jeden den bez přenocování. Je nutné posílit a propagovat vícedenní pobyty a balíčky.

Při pohledu na turistický portál „Kudy z nudy“ se při vyhledání nejlépe ohodnocených aktivit, akcí či tipů na výlety objeví po zadání hesel „Ostrava“ či „Moravskoslezský kraj“ nabídka zážitků jako jsou kurzy potápění, zorbingu a jiných adrenalinových sportů, dále wellness. Hodnocení turistických atraktivit a památek je na tom v porovnání s těmito zážitky o poznání hůře. Možným řešením a zlepšením situace je nabízení balíčků spojujících návštěvu památky s využitím služeb v podobě adrenalinových nebo relaxačních zážitků.

Současný typický návštěvník používá převážně automobil jako způsob přepravy a jezdí na krátké jednodenní výlety. Bylo by vhodné se tedy zaměřit na dálnice a silnice 1. tříd a v jejich blízkosti umístit poutače či billboardy. Turistická oblast Ostravsko se nachází na významném mezinárodním dopravním uzlu, takže se jako výhodné jeví umístění těchto poutačů i na zahraniční silnice a dálnice (Slovensko, Polsko).

Soudobým trendem je samostatné plánování výletů a využívání internetu jako informačního zdroje. Lidé vyhledávají informace o regionu či památce ještě před jeho návštěvou a spoléhají se na doporučení svých přátel nebo na reakce z internetu. Umístění nabídky turistických atraktivit na turistické portály (např. Kudy z nudy, Toulavá kamera, Tipy na výlet, Výletník aj.) potencionálním turistům přiblíží danou lokalitu a diskuse od spokojených návštěvníků jen zvýší zájem o danou památku. Dalšími návrhy pro zvýšení počtu návštěvníků může být např. umístění poutačů na internetu (při vyhledávání spojení

na portálu idos.cz by se ihned objevil poutač „Navštivte NKP Dolní oblast Vítkovice“, apod.).

V dnešní době roste význam turistiky a sportu jako hlavního důvodu návštěvy. Pro TO Ostravsko to znamená především přizpůsobit se aktuálním trendům v nabídce služeb cestovního ruchu. Vytvořit přitažlivou formou způsob prezentace památek a turisticky zajímavých míst. V tomto ohledu se naskýtá vybudování turisticky zaměřeného souboru naučných stezek, který by propojil nejatraktivnější a nejzajímavější místa v Ostravě. Stezky by měly být dobře a viditelně značeny, jelikož ve městě existuje příliš mnoho vizuálních ruchů. V následující tabulce můžeme vidět vývoj a srovnání důvodů návštěv TO Ostravsko. O důvodech již bylo napsáno výše.

Význam poznání jako hlavního důvodu návštěvy lokality či regionu narostl ve všech turistických oblastech. Lidé cestují za poznáním, chtějí se dozvědět o daném městě či regionu maximum informací. Proto i v zájmu města a provozovatelů památek by měla být snaha nabídnout návštěvníkům co možná největší spektrum služeb spojených s cestovním ruchem. Nestačí jen památku provozovat, ale je důležité připravit zázemí pro tyto památky, dobudovat turistickou infrastrukturu, a v hlavním případě se neschylovat k individuálnímu řízení památek a turistických atraktivit.

„V Ostravě je kladen důraz na individualitu památky, ale to je přesně to, co likviduje smysl celé propojenosti techniky a průmyslu v Ostravě“³⁴, říká Ing. Lumír Plac. Nezbyvá nic jiného než s ním souhlasit, jelikož průmysl v Ostravě na sebe úzce navazoval a fungoval po celá staletí a nyní je vlivem různých majitelů a jejich individuálních způsobů řízení průmyslu diverzifikován.

Jistou formou řešení se jeví spolupráce celého systému účastníků cestovního ruchu, jež by zahrnovala propojení památek, jednotnost v řízení, společnou propagaci a posílení spolupráce s ubytovacími zařízeními.

³⁴ Ing. Lumír Plac, 23. 3. 2011, Landek Park, Ostrava – Petřkovice

3.6 Tematicky zaměřený soubor naučných stezek

Návrhovým řešením pro rozvoj cestovního ruchu a propojení kulturních a technických památek by mohlo být vybudování tematicky zaměřeného souboru naučných stezek, který by se zaměřoval na architekturu, hornictví a hutnictví a průmysl všeobecně, a další činnosti či kultury v Ostravě.

V rámci kandidatury Ostravy na Evropské hlavní město kultury 2015 vznikl projekt nazvaný „Procházky Ostravou“. Ačkoli byl nápad a záměr dobrý, bohužel tento projekt nebyl dokončen a dopracován tak, aby se o něm dozvěděla široká veřejnost. Projekt zahrnoval čtyři procházky:

- *Od radnice k radnici* – procházka Moravskou Ostravou od budovy Nové radnice ke Staré radnici na Masarykově náměstí,
- *Z Moravy za rozpálenou Emou a tygry* – od kostela sv. Václava přes Slezskou Ostravu na hladu Emu,
- *Městem komínů a potrubí* – procházka městskou památkovou zónou Vítkovic a Mariánských hor,
- *Cestou utopických snů* – procházka městskou památkovou zónou Poruba.

Je opravdu velkou škodou, že tento projekt nebyl dotažen do konce. Mapa a informace k jednotlivým zastávkám jsou jen na internetových stránkách projektu Ostrava 2015. Přitom by stačilo instalovat informační tabule, značení a propagovat ve větší míře projekt.

V současnosti existují komentované prohlídky městem, které provozují průvodci z Ostravského informačního servisu s. r. o. Tyto procházky jsou ale směřované k určitému datu nebo pro organizované skupiny. Smyslem a cílem této práce je propojit památky a turisticky zajímavá místa, aby měl každý možnost kdykoli dané místo navštívit a dozvědět se o něm více informací a zajímavostí. Projekt naučných stezek by mohl vzniknout ve spolupráci s historiky, provozovateli památek a vlastníky historicky cenných objektů či staveb, archivem města Ostravy, pamětníky a odborníky či průvodci.

Pokud by se totiž v Ostravě podařilo vytvořit propojený systém naučných stezek s návazností na jednotlivé památky, utvořilo by to z Ostravy komplex turisticky zajímavých míst atraktivní pro cestovní ruch.

Tematické a naučné stezky v obcích dobře fungují i v zahraničí, například v Německu (Sasko, Žitavské hory) a jsou součástí městské či vesnické zástavby.

Evropská unie rovněž podporuje cestovní ruch, a pokud by se Ostrava rozhodla projekt naučných stezek znovu oživit, mohla by zažádat o částečnou podporu z Regionálních operačních programů Moravskoslezsko. Tyto ROP podporují výstavbu a rekonstrukci turistických cest (cyklostezky, pěší a vodní cesty, hippostezky aj.), včetně doprovodné infrastruktury a značení.

Inspirovat bychom se mohli u našich polských sousedů, kterým se podařilo vytvořit unikátní soubor propojených technických památek v okolí Katowic a severního Slezska. Jedná se o technickou historickou stezku „Szlak Zabytków Techniki“, která je orientována převážně na těžký průmysl a tvoří ji přes třicet objektů s tradicí hornictví a hutnictví, z oblasti energetiky, železnice, vodohospodářství, pivovarnictví apod. Iniciativa autorů projektu je vybudování souboru technických památek jako tržního turistického produktu, a to s ohledem na zachování a historičnost všech historických i architektonických průmyslových objektů v regionu. Celkově se má stát Technická historická stezka nejvíce zajímavou trasou industriální turistiky v kraji a jako jeden z hlavních tržních turistických projektů vojvodství slezského charakterizovat region v turistické mapě Polska i Evropy. Tato stezka ukazuje tradiční kulturu v regionu a umožní zachování a využívání objektů, jež jsou často světovými unikáty.

V Ostravě se tato spolupráce zatím rýsuje jen v několika ohledech – spolupráce mezi hornickým muzeem a Dolní oblastí Vítkovic a spolupráce mezi průvodci z OIS a Dolní oblastí Vítkovic (společné prohlídky v areálu NKP Dolní oblast Vítkovice a městská památková zóna Vítkovic).

Možným řešením by mohlo být propojení a prezentace památek jako celku, jak je tomu například v polských Katowicích a severním Slezsku. V tomto ohledu by mohly být přínosné turistické slevové karty.

3.7 Turistické slevové karty – městské slevové karty

S ohledem na navrhovaný systém naučných stezek by bylo rovněž vhodné propojit a zlepšit spolupráci památek mezi sebou. V zahraničí spolehlivě fungují turistické slevové karty již několik let.

Turistické karty v České republice nejsou příliš využívány. Naopak v zahraničí (např. Vídeň, Linz, Salcburk) už jsou tyto turistické slevové karty daleko více propracované a jejich využívání už je téměř samozřejmostí. U nás se slevové karty využívají většinou jako možnost slev pro vstupy na turisticky zajímavá místa a muzea, kdežto v zahraničí turisté tyto karty používají nejen jako vstupenku na turisticky atraktivní místa, ale zároveň také jako jízdenku MHD, která je v ceně karty, nebo jako možnost dostat slevu na ubytování v hotelích, či další služby (nákup suvenýrů, sportovní a rekreační vyžití, aj.).

V České republice tento projekt funguje v rámci města Olomouc a Severní Moravy (jedná se o regionální turistickou slevovou kartu), v Praze, nebo např. v Českém Krumlově. Tyto karty poskytují za cenu, kterou návštěvník zaplatí, volný vstup nebo procentuální slevu ze vstupného do vybraných lokalit a zdarma přepravu městskou hromadnou dopravou, slevy na lázeňské či wellness procedury, slevy v restauračních a ubytovacích zařízeních, apod. Turistické slevové karty v zahraničí poskytují navíc slevu na produkty (upomínkové předměty apod.).

Pokud by se turistická slevová karta zavedla i v Ostravě, záleželo by na počtu památek a subjektů, kteří by se do pilotního projektu zapojili, dále na jejich požadavcích ohledně slevy ze vstupného či výše poskytovaných služeb. Na základě jednání by se pak stanovila cena, za kterou by byla turistická slevová karta poskytována.

Především by bylo nutné zajistit přispění města v oblasti podpory, propagace a v neposlední řadě také otázce financování celého projektu. Jelikož je tento projekt pouze fiktivním a rozpočet města s ním nepočítá, směřovala otázka na zástupce města, zda by tento projekt byli ochotni podpořit. Město by projekt turistických slevových karet podpořilo jen v případě zapojení širokého spektra provozovatelů památek a poskytovatelů služeb nejen z Ostravy, ale z celého Moravskoslezského kraje. Pokud by se tak stalo, jednalo by se o tzv. regionální turistickou kartu.

V rámci práce byli dotazováni zástupci vybraných lokalit a zástupci města, jak by se na projekt turistických slevových karet dívali a jaký na to mají názor. Seznam respondentů je uveden v seznamu zdrojů na konci práce.

Podle mého šetření u respondentů vybraných turistických atraktivit nejsou názory v otázce poskytnutí slevy jednotné. Zatímco někteří by byli ochotni slevit větší část z dosavadního vstupného i pro jednotlivce (např. i pro studenty), někteří jsou v tomto ohledu skeptičtí a slevu by poskytli jen rodinám či větším skupinám. Dotazovaní byli seznámeni s úspěšností turistických slevových karet u nás i v zahraničí, a shodli se na tom, že tento projekt by určitě přitáhl zájem ze strany turistů a kladně by přispěl ke zvýšení cestovního ruchu v Ostravě. Rovněž ale podotýkají, že zapojení více subjektů z celého Moravskoslezského kraje by bylo perspektivnější a výhodnější.

Vedení vyhlídkové věže Nové radnice se shoduje na tom, že Ostrava má potenciál na to, aby se tu turistické karty uchytily. Projekt se jim zdál být přínosným, ale záleželo by na startovací části celého projektu a na domluvě mezi jednotlivými objekty, kolik procent budou ochotni slevit. Pokud by se do projektu zapojila většina subjektů a udělala by se řádná propagace, pak by podle slov Mgr. Lucie Ochodkové, měl projekt turistických slevových karet teoretickou šanci na úspěch. Stanovení slevy, kterou by byli ochotni poskytnout, by se odvíjelo od situace se zapojením dalších subjektů do projektu apod.

Vedení města se k problematice turistických slevových karet vyjádřilo s podobným pohledem na věc. Turistické karty by podle slov Ing. Heleny Ochmanské³⁵ měly větší šanci na úspěch, jen v případě, pokud by se do celého projektu zapojily jak památky města Ostravy, tak památky celého Moravskoslezského kraje. Teprve v tomto případě by bylo město ochotno celý projekt podpořit.

Provozovatel hornického muzea LandekPark, Ing. Lumír Plac uvádí, že současný systém poskytování slev studentům a jiným skupinám je složitý a znesnadňuje orientaci v účetnictví. Pokud by celý systém poskytování slev a zisku z turistických slevových karet byl jednoduchý, pak by proti jejich zavedení nic nenamítal.

Průvodce po NKP Důl Michal pan Ing. Miloslav Rucki je v otázce turistických slevových karet skeptičtější. Podle jeho slov vstupné do areálu dolu není tak vysoké, aby bylo nutné poskytovat další slevy.

Podle sdělení Ing. Lumíra Place z hornického muzea a průvodkyně Dolní oblasti Vítkovic, paní Jany Ottové, má Ostrava jediný nedostatek, a to je samoprezentace památek.

³⁵ Ing. Helena Ochmanská, vedoucí oddělení marketingu investičních příležitostí a turismu

Je velkou chybou, že město s takovým turistickým potenciálem a s takovou koncentrací technických památek na jednom místě neumí svůj potenciál dostatečně prodat. Ostrava podle nich potřebuje silnou propagaci turisticky atraktivních míst a především propagaci jako celku. V tomto případě by měly šanci na úspěch i zmiňované turistické slevové karty či propojení památek v jeden komplex nadregionálního významu, který by byl řízen systematicky a jednotně a propagoval by se jako celek, na rozdíl od současného stavu.

Ostrava má unikátní soubor památek a turisticky zajímavých míst a objektů, tudíž by se tu turistická karta dala také zavést. Zpočátku by se samozřejmě mělo jednat jen o testovací verzi, na které by se vyzkoušela účinnost, zájem návštěvníků o tento produkt a byly by do ní zapojeny jen některé vybrané památky. Do testovacího provozu turistické slevové karty by se s největší pravděpodobností zapojilo jen několik málo památek a poskytovatelů služeb. Tento provoz by musel být monitorován (sledování statistik návštěvností, dotazů, dotazníková šetření o spokojenosti s produktem), a teprve na základě kladného hodnocení podle monitoringu a ohlasů ze strany provozovatelů by se projekt mohl rozšířit.

Při návrhové části projektu turistických slevových karet byl předlohou úspěšný projekt města Olomouc – Olomouc region Card. Bližší informace sloužící k analýze nebyly v práci použity vzhledem k neochotě zástupců města Olomouc a tvůrců pilotních projektu olomoucké slevové karty.

Závěr

Záměrem práce bylo charakterizovat a vyhodnotit Ostravu a její potenciál cestovního ruchu. Na vyselektovaných památkách bylo poukázáno, co právě tato stavba může návštěvníkům nabídnout, jak se v současnosti využívá, jak zlepšit její propagaci a jaká je její budoucnost. Při volbě staveb jsem si vybírala především podle významu pro město a atraktivit pro návštěvníka. Ze všech památek nacházející se na území města jsem pak vybrala čtyři: Vyhlídkovou věž Nové radnice, Dolní oblast Vítkovic, NKP Důl Michal a Hornické muzeum v Petřkovicích – Landek Park.

Výstupem práce jsou dílčí teoretické návrhy a doporučení, jak zlepšit situaci památek, jejich propagaci a další využití a návrhy dvou projektů – naučných stezek a turistických slevových karet.

Oslovila jsem zástupce města, konkrétně pracovníky odboru ekonomického rozvoje města Ostravy, kteří se zabývají marketingem a rozvojem města i cestovního ruchu a zaměstnance vybraných památek, abych na základě rozhovorů s nimi, mohla lépe porozumět problematice cestovního ruchu v Ostravě a jeho případných úskalích.

Ostrava disponuje obrovským turistickým potenciálem. Ten je zaměřen především na technické turistické památky a atraktivitu. Nutno podotknout, že propagace těchto památek se zaměřuje především na cílové skupiny z blízkého okolí, především na místní obyvatele. Cílem propagace cestovního ruchu by ale neměla být pouze místní propagace, ale cílená reklama i v ostatních městech České republiky a především v zahraničí. Reklama na turistických serverech na internetu je jednou z nejlevnějších a nejrychlejších forem propagace, takže doporučuji se zprvopočátku zaměřit především na ní a až později se pokusit o reklamu transparentní, tzn. billboardy u místních i zahraničních dálnic a silnic I. tříd.

Ostrava může těžit především ze své polohy a napojení na významné dopravní cesty (železniční koridor mezinárodního významu, hustá dálniční a silniční síť), díky kterým se do Ostravy dostanou turisté. Do budoucna je potřeba řešit vhodnou propagaci a využití dalších forem marketingové propagace se zaměřením na dopravní cesty (reklama u silnic upozorňující na zajímavé památky, reklama na nádražích apod.). Pokud má město tak výhodnou pozici v blízkosti zahraničních aglomerací (např. polské Katowice), je třeba ji umět využít a zúročit.

Ostrava nedostatečně pracuje se svým turistickým kapitálem. Některé památky jsou v neutěšeném stavu a dále chátrají, ačkoli by se daly např. pomocí PPP (spolupráce veřejného a soukromého sektoru) zrekonstruovat a využívat ke komerčním účelům. Problémem zůstává, že u spousty památek jsou nedořešené majetkové vztahy (viz. Městská jatka v Moravské Ostravě). Nutno dodat, že v Ostravě není zájem spolupracovat na něčem dohromady a samostatná prezentace turistických atraktivit není základem pro rozvoj cestovního ruchu. Majitelé památek by se měli oprostit od rivality mezi sebou a začít společně pracovat na propagaci jednotlivých památek a města jako celku (např. formou schůzek, společných zasedání či konferencí).

Současným trendem cestovního ruchu jsou především cesty za poznáním. Lidé, ať už sami nebo prostřednictvím cestovní kanceláře, přijíždějí do dané oblasti či města za účelem dozvědět se o ni co nejvíce, poznat z ní to nejdůležitější, získat informace o historii, tradicích a seznámit se s daným regionem. V současnosti lehce upadá trend navštěvovat region s cestovní kanceláří s do detailů naplánovaným programem. Lidé požadují více volnosti a možnosti si svůj výlet uzpůsobit podle svých přání a požadavků. Proto je potřeba lidem nabídnout především volbu nakombinovat si turistické balíčky v rozsahu jejich potřeb, zájmů, přizpůsobit se fyzické kondici daného klienta apod. Současným trendem je cesta či výlet do míst, které nám doporučili známí či přátelé. Je potřeba dbát na to, aby se klient cítil při poskytování služby příjemně a vše mu vyhovovalo, aby poskytovanou službu mohl doporučit i svým blízkým. Na tuto skutečnost upozorňovali i mnou oslovení aktéři cestovního ruchu v Ostravě.

Možnou variantou, kterou se ve své práci zabývám, je návrh rekonstrukce a výstavby turistické infrastruktury, konkrétně tematicky zaměřeného souboru naučných stezek, které by návštěvníkům propojily významné a zajímavé stavby s turistickými atraktivitami, muzei a galeriemi. Jejich tematické zaměření a vzájemná propojenost by velmi posílily úlohu cestovního ruchu v Ostravě a v celém regionu. Není nutné stavět cesty nové, infrastruktura ve městě je dobrá, ale muselo by se investovat do její obnovy. Tento návrh má město definovaný v Marketingové strategii CR pro TO Ostravsko pro rok 2011, avšak do této chvíle se s budováním infrastruktury stezek nebo cyklotras nezačalo.

Další oblastí, která udává směr zaměření cestovního ruchu je cestování spojené s relaxací, propojení poznávacích zájezdů s prožitkem a příjemným trávením času v lázeňských či relaxačních střediscích. Jednou ze skupin, která tvoří významný podíl mezi návštěvníky, jsou totiž senioři, kteří rádi vyhledávají jak poznání, tak relaxaci. Proto

by bylo vhodné navrhnout pro tuto skupinu klientů programové balíčky nabízející jak poznání, tak relaxaci. Tento projekt by zaštiťovalo město, jako propagátor celého projektu, služby pro klienty by zajišťoval soukromý sektor.

Má práce se zabývala jen turistickým potenciálem Ostravy, bylo by ale přínosné srovnat přístupy k cestovnímu ruchu ve městech s podobným charakterem (např. průmyslové oblasti a regiony v zahraničí). V západních zemích je odlišný styl v otázce řízení a využívání památek a jejich propagaci. Pro Ostravu by to měl být vzor a ponaučení, že se dá s potenciálem města zacházet i jinak. Styl západních zemí je dravější a energičtější. Přínosem by tak mohla být spolupráce se západním marketingovým odborníkem, který by dokázal přinést nový směr a nové nápady.

Seznam použité literatury

Knižní publikace:

- [1] JANEČKOVÁ, Lidmila; VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. Marketing měst a obcí. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 1999. 184 stran + 2 přílohy. ISBN 80-7169-750-8.
- [2] JIŘÍK, K. Dějiny Ostravy. 1. vydání. Ostrava: Sřinga, 1993. 811 s. ISBN 80-85491-39-7.
- [3] Kolektiv autorů. Turistický průvodce po industriálních památkách. 1. vydání. Ostrava: Ostrava: freytag & berndt, 2010. 143 s. + mapa. ISBN 978-80-7445-052-5.
- [4] MALINOVSKÝ, Jan; SUCHÁČEK, Jan. Velký anglicko-český slovník regionálního rozvoje a regionální politiky Evropské unie. 1. vydání. Ostrava: VŠB – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA, 2006. 1 000 s. ISBN 80-248-1117-0.
- [5] MATĚJ M.; BOROVCOVÁ A.; ZDAŘILOVÁ R.; PACLOVÁ H. Technické památky v Ostravě. 1. vydání. Ostrava: Repronis. 2007. 103 s. ISBN 978-80-7329-157-0.
- [6] PALATKOVÁ, Monika. Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. 224 s + 124 stran na www.grada.cz. ISBN 80-247-1014-5.
- [7] PÁSKOVÁ M.; ZELENKA J. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2002 448 s. ISBN 80-239-0152-4.
- [8] ŠMEHLÍK, Vladimír. Ostrava - Průvodce městem. 1. vydání. Ostrava: freytag & berndt, 2009. 146 s. ISBN 978-80-7316-2597.

Internetové zdroje:

- [9] CzechTourism. [online]. 2010 [cit. 2010-11-05]. Dostupný z WWW: <http://www.czechtourism.cz/>.
- [10] Časové řady. [online]. 2011 [cit. 2011-01-20]. Dostupný z WWW: http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/casove_rady.
- [11] Český statistický úřad. [online]. 2011 [cit. 2011-01-20]. Dostupný z WWW: <http://www.czso.cz/>.
- [12] Dolní oblast Ostrava – Vítkovice. [online]. 2011 [cit. 2011-02-11]. Dostupný z WWW: <http://www.hornictvi.info/techpam/vitkov/vitkov.htm>.

- [13] Dolní oblast VÍTKOVICE. [online]. 2011 [cit. 2011-03-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.dolnioblastvitkovice.cz/>>.
- [14] Důl Anselm/Eduard Urx v Ostravě-Petřkovicích. [online]. 2011 [cit. 2011-03-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.zdarbuh.cz/reviry/okd/dul-anselmeduard-urx-v-ostrove-petrkovicich/>>.
- [15] IDOS – Vlaky – Vyhledání spojení. [online]. 2011 [cit. 2011-04-03]. Dostupný z WWW: <<http://jizdnirady.idnes.cz/vlaky/spojeni/>>.
- [16] Informace Úřadu práce. [online]. 2011 [cit. 2011-01-20]. Dostupný z WWW: <http://portal.mpsv.cz/sz/local/ot_info>.
- [17] Kudy z nudy. [online]. 2011 [cit. 2011-03-21]. Dostupný z WWW: <<http://www.kudyznudy.cz/>>.
- [18] LANDEK PARK [online]. 2011 [cit. 2011-03-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.landekpark.cz/>>.
- [19] Makroekonomika. ČSÚ. Moravskoslezský kraj. [online]. 2011 [cit. 2011-01-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/makroekonomika-xt>>.
- [20] Městské slevové karty v Německu – Nabídka pro turisty. [online]. 2011 [cit. 2011-02-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.horydoly.cz/vypsat.php?id=12772>>.
- [21] Národní kulturní památka Důl Michal. [online]. 2011 [cit. 2011-03-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.dul-michal.cz/>>.
- [22] Olomouc region Card. [online]. 2011 [cit. 2011-01-14]. Dostupný z WWW: <<http://www.olomoucregioncard.cz/>>.
- [23] Ostrava - Geografie. [online]. 2011 [cit. 2011-01-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.ostrava.cz/jahia/Jahia/site/ostava/lang/cs/ostava/o-meste/vitejte-v-ostrove/geografie>>.
- [24] Ostrava – Vítkovice – Úvod. [online]. 2011 [cit. 2011-02-11]. Dostupný z WWW: <<http://ostrava-vitkovice.eu/dolni-oblast-vitkovic.php>>.
- [25] Ostrava. Oficiální stránky statutárního města Ostrava. [online]. 2011 [cit. 2011-01-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.ostrava.cz/>>.
- [26] Plánovač cest – Škoda Auto Česká republika. [online]. 2011 [cit. 2011-04-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.skoda-auto.cz/cze/applications/routeplanner/pages/routeplanner.aspx>>.

- [27] Počet cizinců v ČR. [online]. 2011 [cit. 2011-01-20]. Dostupný z WWW:
<http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/tabulky/ciz_pocet_cizincu-001>.
- [28] Slevové karty – Salcbursko. [online]. 2011 [cit. 2011-02-25]. Dostupný z WWW:
<<http://www.austria.info/cz/home/slevove-karty-salcbursko-1187796.html>>.
- [29] Slevové karty a permanentky. [online]. 2011 [cit. 2011-02-25]. Dostupný z WWW:
<<http://www.akompas.cz/permanentky.html>>.
- [30] Turistický potenciál regionů. [online]. 2010 [cit. 2010-10-15]. Dostupný z WWW:
<<http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/2-turisticky-potencial-regionu/>>.
- [31] Udržitelný turismus a jeho podoby. [online]. 2010 [cit. 2010-06-07]. Dostupný z WWW:
<<http://www.enviport.cz/udrzitelny-turismus-a-jeho-20540.aspx>>.
- [32] Veřejná databáze ČSÚ. [online]. 2011 [cit. 2011-03-20]. Dostupný z WWW:
<http://vdb.czso.cz/vdbvo/maklist.jsp?kapitola_id=39&maklist_velikost=10000&razeni=ua>.

Jiné zdroje a dokumenty:

- [33] BÍNA Jan. Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky. Časopis „Urbanismus a územní rozvoj“. Ročník V – číslo 1/2002
- [34] DAMBORSKÝ Milan. Regionální a územní rozvoj v ČR. Praha. Článek ve formátu PDF. [online]. 2010 [cit. 2010-11-03]. Dostupný na WWW:
<<http://nf.vse.cz/download/veda/workshops/reguz.pdf>>.
- [35] Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009 – 2013 (aktualizace s výhledem do roku 2015). Agentura pro regionální rozvoj, a. s., Ostrava 2008 – 2009
- [36] Přednášky doc. Ing. Jana Sucháčka, Ph.D., předmět Regionální a městský marketing
- [37] Statistiky návštěvnosti hornického muzea v Ostravě-Petřkovicích, nyní LandekPark
- [38] Statistiky návštěvnosti v NKP Důl Michal
- [39] Statistiky Ostravského informačního servisu s. r. o., pobočka Vyhlídková věž
- [40] Záměr dobudování Hornického muzea OKD v Ostravě Petřkovicích

Rozhovory – seznam respondentů

Ing. Helena Ochmanská, vedoucí oddělení marketingu investičních příležitostí a turismu

Ing. Lumír Plac, specialista Landek-Park

Ing. Miloslav Rucki, průvodce NKP Důl Michal

Mgr. Lucie Ochodková, vedoucí pobočky Ostravského informačního servisu s. r. o.
Vyhlídková Věž Nové radnice

Jana Ottová, průvodce NKP Dolní oblast Vítkovice

Seznam zkratek

a. s.	akciová společnost
aj.	a jiné
apod.	a podobně
atd.	a tak dál
c. k.	císařsko-královský
CR	cestovní ruch
č.	číslo
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
ha	hektar
HC	„hockey club“ (česky = hokejový klub)
HDP	hrubý domácí produkt
Kč	koruna
km	kilometr
km ²	kilometr čtvereční
m n. m.	metr nad mořem
m	metr
m ³	metr krychlový
MHD	městská hromadná doprava
mil.	milion
mm	milimetr
MSK	Moravskoslezský kraj
NHKG	Nová huť Klementa Gottwalda
NKP	národní kulturní památka
obyv.	obyvatel
ODIS	Ostravský dopravní informační systém
OIS	Ostravský informační servis s. r. o.
OKD	Ostravsko-karvinské doly
pozn.	poznámka
PPP	Public Private Partnership (spolupráce veřejného a soukromého sektoru)

ROP	regionální operační program
s. r. o.	společnost s ručením omezeným
sv.	svatý
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
tis.	Tisíc
tj.	to jest
TO	turistická oblast
tzn.	to znamená
tzv.	takzvaný
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (organizace OSN pro vzdělávání, vědu a kulturu)
VŠB-TUO	Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava
ZOO	zoologická zahrada
ZTP	zvláště těžké postižení

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne

.....
jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého pobytu studenta:

.....

Seznam příloh

1. Turistické oblasti České republiky
2. Městské obvody města Ostravy
3. Návštěvnost vyhlídkové věže Nové radnice
4. Návštěvnost hornického muzea LandekPark v letech 1994 - 2010
5. Návštěvnost NKP Důl Michal

Seznam obrázkových příloh

1. Logo města Ostravy a jeho použití na reklamních předmětech
2. Budova Nové radnice v Ostravě
3. Výhled z vyhlídkové věže Nové radnice na město a Beskydy
4. Areál Dolní oblasti Vítkovic (pec č.1)
5. NKP Důl Michal
6. Interiéry řetízkových šaten NKP Důl Michal
7. Areál hornického muzea Lanek-Park v Ostravě-Petřkovicích